

*Когда наука достигает какой-либо вершины,  
с нее открывается обширная перспектива  
дальнейшего пути.*

*С. И. Вавилов*

# Механізм регулювання економіки

УДК 336.221

**Іванов Ю. Б.,  
Чумакова О. О.**

## ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ВИДІВ ПОДАТКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

*Анотація. Обґрунтовано необхідність розглядати явище податкової конкуренції як форму економічної конкуренції. Запропоновано ідентифікувати конкретні прояви податкової конкуренції, які володіють спільними ознаками, саме як її види, а не як форми. Відповідно до цього представлена класифікаційна структура видів податкової конкуренції.*

*Аннотация. Обоснована необходимость рассматривать явление налоговой конкуренции как форму экономической конкуренции. Предложено идентифицировать конкретные проявления налоговой конкуренции, которые имеют общие признаки, именно как ее виды, а не как формы. В соответствии с этим представлена классификационная структура видов налоговой конкуренции.*

*Annotation. A necessity to examine the phenomenon of tax competition as form of economic competition is grounded. It is suggested to identify the concrete displays of tax competition, which have general signs, exactly as its kinds, but not as forms. In accordance to it the classification structure of types of tax competition is presented.*

*Ключові слова: податкова конкуренція, види податкової конкуренції, форма економічної конкуренції, класифікаційні ознаки, мобільні фактори виробництва.*

Розвиток інтеграційних процесів протягом останніх десятиліть зумовив інтенсифікацію конкуренції не тільки у традиційній сфері, а саме на ринку товарів і послуг, а й у галузі встановлення більш сприятливого податкового середовища, зумовивши виникнення податкової конкуренції. З огляду на це виникає необхідність у розробці теоретичного і методичного апарату пізнання цього явища.

Значний внесок у розвиток теорії конкуренції та конкурентоспроможності зробили вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: І. Ансофф, М. Кизим, М. Портер, А. Сміт, О. Тищенко, Р. Фатхутдінов, Є. Шумпетер та ін. Дослідженню податкової конкуренції присвячено праці таких науковців, як

Дж. Афонсо, О. Бозуленко, Д. Віддасін, К. Едвардс, О. Мамедов, В. Оатс, Д. Серебренніков, Ч. Тайбут та ін. Питанню визначення форм і видів податкової конкуренції приділяється увага у роботах таких дослідників: Р. Гріффітса, Н. Клейнера, А. Клемма, А. Лібмана, І. Педь, К. Пінто, О. Пузіна та ін. Однак, у більшості випадків вчені, які займаються зазначеною проблематикою, виділяють і розглядають класифікаційні характеристики податкової конкуренції фрагментарно. Тож можна стверджувати, що в економічній літературі відсутній єдиний підхід щодо визначення форм і видів прояву податкової конкуренції, що зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Метою статті є визначення конкретних видів податкової конкуренції в умовах глобалізації світової економіки.

Як зазначає І. Педь [1, с. 206], автори наукових досліджень, у яких наводяться різні види податкової конкуренції, здебільшого не узагальнюють їхні класифікаційні ознаки, а отже й не розкривають увесь системний спектр форм податкової конкуренції. При цьому сама автор ототожнює поняття "вид" і "форма" податкової конкуренції.

Відповідно до принципів наукового дослідження сутність будь-якого явища розкривається через розуміння його змісту і форм. Згідно з філософським словником [2], зміст – це визначальна сторона цілого, сукупність його частин, елементів, властивостей, внутрішніх процесів, зв'язків, протиріч і тенденцій, а форма – спосіб існування, організації і прояву змісту; зовнішній вияв якого-небудь явища, пов'язаний з його змістом. Тлумачний словник [3] розкриває дефініцію "вид" як "сукупність явищ, що володіють однаковими ознаками; однією класифікації; підпорядковане поняття, що входить до складу цілого". Взаємозв'язок даних понять представимо на рис. 1.

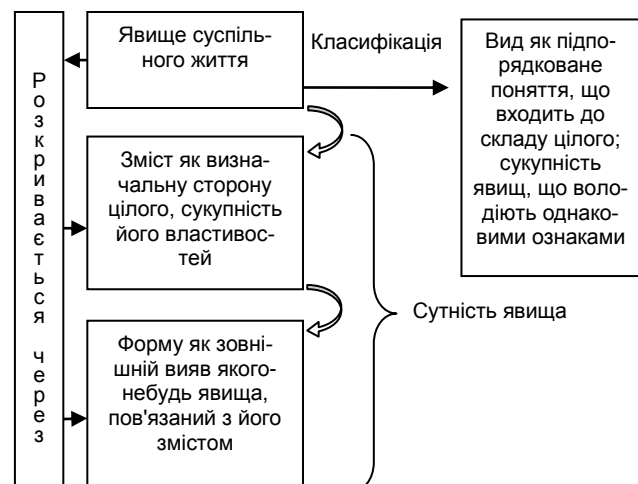


Рис. 1. Взаємозв'язок категорій "зміст", "форма", "вид"

Зважаючи на викладене вище, вважаємо, що податкова конкуренція як процес управління конкурентними перевагами податкової системи в боротьбі за мобільні фактори виробництва (капітал і робочу силу) та інші переваги (інновації, доступність природних ресурсів, забезпеченість зайнятості тощо) з метою досягнення сталої конкурентоспроможності національної економіки є формою економічної конкуренції, зміст якої полягає у змаганні суб'єктів щодо досягнення поставлених цілей, кращих результатів у певній сфері. Таким чином, за своєю сутністю категорії "економічна конкуренція" та "податкова конкуренція" мають однаковий зміст, тобто податкова конкуренція, яка має місце у сфері оподаткування, є формою економічної конкуренції.

При цьому вважаємо, що конкретні прояви податкової конкуренції, які мають спільні ознаки, доцільно ідентифікувати саме як її види, тобто як підпорядковані сукупності явищ, що входять до складу цілого, а не як форми. Використовуючи метод аналогій стосовно класифікаційних ознак економічної конкуренції, побудуємо класифікацію видів податкової конкуренції з урахуванням її особливостей. Аналіз праць вчених-економістів [1; 4 – 7] дозволив сформувати класифікаційну структуру видів податкової конкуренції, яка у схематичному вигляді наведена на рис. 2.

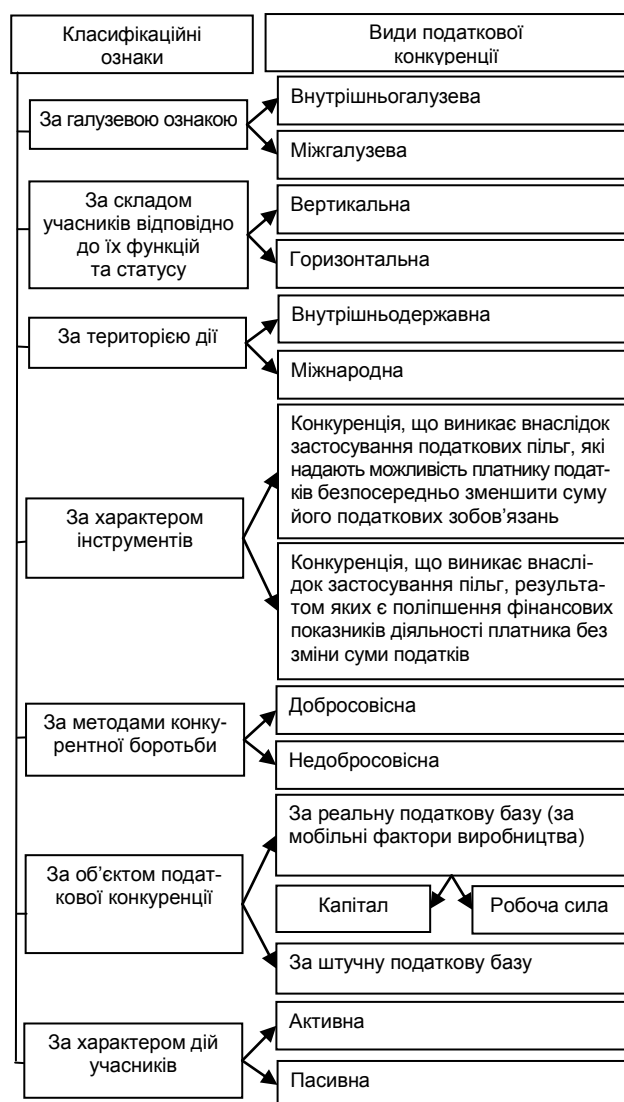


Рис. 2. Класифікація видів податкової конкуренції

Розглянемо більш докладно запропоновану класифікацію видів податкової конкуренції.

Так, за галузевою ознакою логічно виокремити два види податкової конкуренції: внутрішньогалузеву та міжгалузеву. Внутрішньогалузева конкуренція – це конкуренція між виробниками певної галузі. Прикладом внутрішньогалузевої податкової конкуренції може бути надання органами влади індивідуальних податкових пільг, що вводяться для одного конкретного платника податків, адже надання таких пільг безпосередньо порушує принцип рівності в оподаткуванні. Наявність у платника податкових пільг, якими не можуть скористатися конкуренти, є конкурентною перевагою, яка зароблена не самим платником, а надана йому державою. Зразком такої пільги є прийнятий у 1997 р. Закон "Про стимулювання автомобільної промисловості в Україні" [8], відповідно до якого підприємство, у яке інвестовано 150 млн доларів, отримувало цілий пакет податкових пільг строком на 10 років. У даному випадку великому автоінвестору надавалося звільнення від податку на землю, на прибуток, ПДВ, а також можливість не сплачувати мито при ввезенні з-за кордону комплектуючих для виготовлення автомобілів. Оскільки саме в той час 150-мільйонну інвестицію вніс корейський концерн Daewoo Motor Company у спільне підприємство з "АвтоЗАЗ", то даний проект і став користуватися цими пільгами.

Міжгалузева конкуренція здійснюється між виробниками різних галузей. Об'єктом такої конкуренції виступає більш висока норма прибутку в тій чи іншій галузі, а отже, й боротьба за більш вигідне вкладення капіталу. Ця конкуренція сприяє міжгалузевому переливу капіталу, переміщенню ресурсів й робочої сили в ефективніші галузі й сфери виробництва, що забезпечує їх найбільш раціональне використання. Прикладом може бути застосування спеціальних режимів оподаткування для окремих видів діяльності. Останніми роками в Україні спеціальні режими оподаткування застосовувалися в суднобудуванні, аерокосмічній галузі, гірничо-металургійному комплексі, сільському господарстві, видавничій справі, у сфері виробництва бронетехніки тощо.

За складом учасників (залежно від підпорядкованості учасників податкової конкуренції відповідно до їх функцій та статусу) виділяємо вертикальну та горизонтальну податкові конкуренції. Вертикальна (міжурядова) податкова конкуренція виникає, коли різні рівні влади (центральна, регіональна, муніципальна) обкладають податками одну і ту ж податкову базу, тобто це конкуренція між різними рівнями влади у конституційній ієрархії країни (конкуренція за перерозподіл фінансових ресурсів).

При горизонтальній податковій конкуренції конкурують юрисдикції одного рівня (конкуренція за мобільні фактори виробництва). Н. Клейнер [1, с. 208] під горизонтальною податковою конкуренцією розуміє податкову конкуренцію між суверенними державами. Погоджуючись загалом з таким визначенням поняття "горизонтальна податкова конкуренція", І. Педь [1, с. 209] зауважує, що Н. Клейнер децю обмежує зміст цього поняття, не включаючи до нього конкуренцію між органами влади одного рівня в межах однієї країни. Тобто горизонтальна податкова конкуренція може виникати на між-регіональному рівні в межах однієї країни, коли регіональні або місцеві органи влади наділені певною податковою автономією. Так, органи місцевої влади України наділені обмеженою податковою автономією при встановленні місцевих податків. На думку авторів, оскільки в регіонах України на даний момент часу приблизно рівні умови оподаткування (єдиний перелік загальнодержавних податків, а надходження до місцевих бюджетів від місцевих податків і зборів не перевищують 4 % [9], скасовані податкові пільги в межах вільних економічних зон), то горизонтальна податкова конкуренція між регіонами України є мало відчутною. При цьому Україна є суб'єктом міжнародних

економічних відносин, а тому є учасницею горизонтальної податкової конкуренції між суверенними державами.

За територією дії розрізняємо такі види податкової конкуренції, як міжнародна і внутрішньодержавна. Явище податкової конкуренції розглядається науковцями [1, с. 210] у двомірній площині – і як суто міжнародна податкова конкуренція, тобто податкова конкуренція між урядами окремих держав

(В. Де Руді, К. Едвардс, К. Стюарт, М. Веб, П. Бручез, С. Шалтегер), і як внутрішньодержавна податкова конкуренція, тобто податкова конкуренція між регіонами однієї країни (В. Оатс, Д. Вілдасін). Під міжнародною податковою конкуренцією розуміють податкову конкуренцію між урядами суверенних держав. Міжнародна податкова конкуренція охоплює значні території, що включають країни, кордони яких не створюють істотних перешкод міжнародному рухові мобільних факторів виробництва.

Внутрішньодержавна податкова конкуренція проявляється у відносинах між адміністративно-територіальними одиницями країни. Вона включає вертикальну і горизонтальну податкову конкуренцію, що виникає між центральними, регіональними та місцевими урядами в межах однієї країни за умови, коли регіональні або місцеві органи влади наділені певною податковою автономією.

За характером інструментів виділяють податкову конкуренцію, що виникає внаслідок застосування податкових пільг, які надають можливість платнику податків безпосередньо зменшити суму податкових зобов'язань (зменшення об'єкта, бази оподаткування, податкових ставок, суми податку, що підлягає сплаті до бюджету), та податкову конкуренцію, що виникає внаслідок застосування пільг, які звільняють його від виконання окремих обов'язків та правил, пов'язаних з оподаткуванням, або інших процедур, виконання яких необхідне для ведення бізнесу, без зміни суми податку, що підлягає сплаті до бюджету (збільшення тривалості податкового періоду; застосування спеціальних методів податкового обліку; скорочення тривалості і спрощення процедури реєстрації та постановки на облік підприємства та ін.). Застосування платником податків першої групи пільг дозволяє збільшити його інвестиційні можливості (за умови цільового використання коштів, що вивільняються) або знизити ціну продукції, яка включає дану суму податку, а, отже, більш успішно конкурувати з виробниками аналогічних товарів (послуг). Результатом використання другої групи пільг є загальне поліпшення фінансових показників діяльності платника податків шляхом зниження адміністративних витрат, пов'язаних з декларуванням податку, уникнення відwołання власних обігових коштів задля сплати податку тощо.

За методами конкурентної боротьби, а саме залежності від дотримання загальноприйнятих міжнародних норм та правил оподаткування, виділяємо добросовісну та недобросовісну податкову конкуренцію. К. Пінто [1, с. 212] зазначає, що можливо розрізнити добросовісну та недобросовісну податкову конкуренцію залежно від взаємодії її об'єктивного і суб'єктивного аспектів. Об'єктивний аспект, на думку вченого, полягає в пом'якшенні податкового навантаження на платників податків, яке досягається за допомогою різноманітних податкових стимулів. Суб'єктивний аспект вказує на те, що можливе існування як бажаних, так і шкідливих наслідків податкової конкуренції. Цей поділ залежить від того, на що спрямоване пом'якшення податкового навантаження – на пришвидшення темпів зростання економіки країни та добробуту платників податків чи переважно на приваблення іноземного капіталу за рахунок економік інших країн. Однак, на думку авторів, у будь-якому випадку приваблення іноземного капіталу до країни відбувається за рахунок інших держав, тож використання даного критерію при визначенні того, чи є податкова конкуренція добросовісною чи ні, є недоцільним.

У 1996 р. ОЕСР було прийняте рішення про необхідність розробки критеріїв недобросовісної податкової конкуренції. У 1998 р. ОЕСР була опублікована спеціальна доповідь, присвячена проблемі податкової конкуренції, яка містила ряд критеріїв для визначення випадків недобросовісної податкової конкуренції (відсутність податків або номінальні податки; відсутність ефективного обміну інформацією; відсутність прозорості діяльності компаній; відсутність вимог до реальності діяльності компаній). Окрім діяльності ОЕСР, в Європі заходи щодо боротьби з недобросовісною податковою конкуренцією здійснюються в рамках Європейського союзу (ЄС). У 1997 р. під керівництвом Європейської комісії була випущена доповідь про недобросовісну податкову конкуренцію, що існує в країнах ЄС, в якій було намічено план дій щодо виявлення і боротьби з цим явищем. Основним заходом, за допомогою якого ЄС намагається вирішити проблеми податкової конкуренції, є податкова гармонізація [10].

Прикладом зазначених видів податкової конкуренції є Ірландія, яку ЄС звинувачував у використанні методів недобросовісної податкової конкуренції, а саме у наявності нерівних умов оподаткування резидентних і нерезидентних компаній. Тож з 2001 р. замість диференційованих ставок податку на прибуток у 10 і 32 % відповідно, застосовується єдина ставка у розмірі 12,5 %, що не суперечить міжнародним нормам, а, значить, є зразком добросовісної податкової конкуренції.

За критерієм "об'єкт податкової конкуренції" виділяють два її види – конкуренцію за реальну податкову базу (за мобільні фактори виробництва) та конкуренцію за штучну податкову базу [6]. У першому випадку розуміється процес зменшення податків з метою захопити реальну господарську діяльність компаній, у другому – зменшення урядами держав податкових зобов'язань платників податків, яке не спрямоване на фактичне переміщення виробництва до цих країн.

У працях з питань податкової конкуренції під мобільним фактором виробництва, як правило, визначається капітал, однак, останнім часом дослідники стали звертати увагу на поступове зростання мобільності робочої сили, яка зумовлена не лише вибором місця роботи, а й іншими чинниками, зокрема умовами оподаткування, рівнем тіньової економіки тощо [1, с. 203]. Мобільність факторів виробництва є наслідком поглиблення світових глобалізаційних процесів, що призвели до зростання відкритості національних економік, внаслідок чого власники факторів виробництва отримали змогу обирати найсприятливіше для їх використання середовище, де податкове навантаження є найменшим. При цьому, на думку авторів, у сучасних умовах розвитку податкова конкуренція є боротьбою не лише за мобільні фактори виробництва (капітал і робочу силу), хоча вони є її основними об'єктами, а й за інші переваги (інновації, доступність природних ресурсів, забезпеченість зайнятості місцевого населення тощо).

В економічних дослідженнях останніх років з'явилося декілька робіт, в яких на основі емпіричних даних тестувалася гіпотеза про зв'язок між умовами господарювання певного регіону чи країни і рухом факторів виробництва. І хоча стійкого емпіричного зв'язку між умовами оподаткування та рухом мобільних факторів виробництва не знайдено, це зовсім не означає, що він відсутній, це лише свідчить про те, що на мобільність факторів виробництва діє велика кількість факторів, у зв'язку з чим вияв функціональної нелінійної залежності між досліджуваними показниками є складним завданням, яке залежить від багатьох факторів.

Залежно від характеру дій учасників доцільно виокремити активну і пасивну податкову конкуренцію. Відмінність між ними розкрито у дослідженні Дж. Афонсо, Р. Варсано, К. Пінто, С. Ферейри [1, с. 211]. Активна податкова конкуренція означає

свідоме використання фіскальних інструментів як засобу досягнення певних цілей. Вона виникає, коли уряд запроваджує податкові стимули для покращення економічної ситуації у країні.

Під пасивною податковою конкуренцією зазначені автори розуміють неузгоджені дії урядів у сфері оподаткування, які не мають на меті створення впливу на умови функціонування інших юрисдикцій. Пасивна податкова конкуренція передбачає уникнення активної протидії податковій конкуренції. Отже, дана класифікаційна ознака розкриває особливості поведінки державних або місцевих урядів при розробці податкової політики під впливом процесу податкової конкуренції.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що питання визначення форм та видів податкової конкуренції є дискусійним в економічній літературі, тож на сьогоднішній день відсутній єдиний підхід з цієї проблематики. На основі методу аналогії стосовно класифікаційних ознак економічної конкуренції та з урахуванням напрацювань вчених-економістів у сфері податкової конкуренції, авторами запропонована класифікація видів податкової конкуренції за такими ознаками: за складом учасників відповідно до їх функцій та статусу; за територією дії; за галузевою ознакою; за характером інструментів; за методами конкурентної боротьби; за об'єктом податкової конкуренції; за характером дій учасників, відповідно до яких виокремлено чотирнадцять видів податкової конкуренції. Практичне застосування даної класифікації сприятиме глибокому розумінню явища податкової конкуренції у всій його багатоманітності. Перспективою подальших наукових досліджень у цьому напрямі є докладний аналіз конкретних проявів видів податкової конкуренції в Україні в умовах світової глобалізації економіки.

**Література:** 1. Педь І. В. Податкова конкуренція : монографія / І. В. Педь. – К. : Експерт-Консалтинг, 2009. – 416 с. 2. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/>. 3. Современный толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/>. 4. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : науч. изд. / под ред. Ю. Б. Иванов. – Харьков : Изд. ХНЕУ, 2004. – 256 с. 5. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства : наук. вид. / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с. 6. Педь І. В. Сучасні форми податкової конкуренції / І. В. Педь // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 11(90). – С. 35–38. 7. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с. 8. Закон України "Про стимулювання автомобільної промисловості в Україні" від 19.09.1997 р. № 535/97-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ed\\_2004\\_03\\_18/Z970535.-html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2004_03_18/Z970535.-html). 9. Сунцова О. О. Оптимізація місцевих податків і зборів та оцінка податкової конкуренції як чинники регіонального розвитку / О. О. Сунцова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 12 (78). – С. 134–141. 10. Некоторые аспекты подходов к проблеме борьбы с недобросовестной налоговой конкуренцией в контексте бегства капиталов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rodina-duma.ru/data2/689.php>.

Стаття надійшла до редакції  
13.01.2010 р.

УДК [005.21:658.7]+005.511 **Колодізева Т. О.**

## ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ

*Анотація.* Розглядаються відмінності інноваційних продуктів від функціональних та особливості формування ланцюгів постачань для інноваційних продуктів. Пропонуються принципи формування "портфеля" стратегій для інноваційних продуктів, деталізуються сфери та компоненти логістичної стратегії для інноваційного продукту, дається її визначення.

*Аннотация.* Рассматриваются отличия инновационных продуктов от функциональных и особенности формирования цепей поставок для инновационных продуктов. Предлагаются принципы формирования "портфеля" стратегий для инновационных продуктов, детализируются сферы и компоненты логистической стратегии для инновационного продукта, дается ее определение.

*Annotation.* The differences between innovative and functional products and the features of forming of chains of supplies for innovative products are examined. Principles of forming the "brief-case" of strategies are offered for innovative products, spheres and components of logistic strategy for an innovative product and its determination are given.

**Ключові слова:** стратегія, інноваційний продукт, логістична стратегія, ланцюжок постачань, "портфель" стратегій, промислове підприємство, інноваційна діяльність, стратегічне планування, логістична підтримка.

У сучасних умовах розвитку економіки, коли інноваційними процесами охоплені всі сфери людської діяльності, актуальності набувають питання підвищення ефективності та динамічності цих процесів. З іншого боку, в Україні все більш поширюється концепція логістичної підтримки інноваційної діяльності, що обумовлює актуальність подальшого розвитку теоретичних аспектів цієї концепції. Першим етапом формування ефективної системи логістичної підтримки інноваційної діяльності повинна стати розробка відповідної логістичної стратегії щодо інноваційного продукту.

Проблеми логістичної підтримки інноваційної діяльності досліджували як закордонні, так і вітчизняні вчені. Серед них – Р. Р. Ларіна, Н. І. Чухрай, Р. Патора, М. К. Колісник, В. І. Босак, Маршалл Фішер, Є. В. Крикавський [1–8] та ін. У той же час, на погляд автора, така важлива проблема, як використання інструментарію стратегічного планування для забезпечення інтеграції логістики в інноваційний розвиток підприємств, ще потребує вивчення та подальшого теоретичного обґрунтування.

Мета статті – дослідження особливостей логістичних стратегій для інноваційних продуктів промислових підприємств.

Завданнями статті є обґрунтування доцільності розробки логістичних стратегій для інноваційних продуктів, вивчення їх особливостей, узагальнення та визначення логістичної стратегії інноваційного продукту.

На думку багатьох вчених, у сучасних умовах господарювання багатопрофільним підприємствам доцільно формувати