

ПОДАТКОВИЙ ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

канд. екон. наук Р.В. Шинкаренко

Полтавський національний технічний університет ім. Юрія Кондратюка

канд. екон. наук А.В. Корнилюк

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

Державне втручання в інвестиційно-інноваційні процеси виправдане за умови, що приватні інвестиції в інновації не здатні забезпечити оптимального суспільного ефекту: інвестиції приватного сектора є надто малими або напрями інвестування не відповідають стратегічним цілям розвитку національної економіки.

Важливим завданням держави є забезпечення умов не тільки прямої фінансової підтримки інвестиційно-інноваційних процесів в ринковому секторі економіки, а й створення стимулів та нівелювання антистимулів інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств, максимально допустиме спрощення діяльності з метою вивільнення додаткових фінансових ресурсів через скорочення асиметрії інформації, агентських витрат.

Досвід країн з розвинутою інноваційною системою та високими витратами на її розвиток (США, Франція, Великобританія) свідчить про перевагу в застосуванні саме прямих методів фінансової підтримки інноваційних підприємств направлених на таргетування певних пріоритетних сфер [1, с. 15], Проте використання прямих методів фінансування може супроводжуватися виникненням проблеми морального ризику (*moral hazard problem*) через скорочення стимулів упровадження ефективного інвестиційного проекту за умови гарантованої державної підтримки. Це ж може мати місце при отриманні і державних гарантій під надані кредити, а також кредитуванні на пільгових умовах. Недоліком прямого державного фінансування інноваційного розвитку є труднощі у забезпеченні дотримання принципу прозорості й ефективності розподілу державних фінансових ресурсів через існування асиметрії інформації та агентських конфліктів. На думку професора І.О. Лютого, ефективність бюджетної політики «визначається тим, наскільки ... контролюється цільовий характер руху бюджетних коштів. Саме рух бюджетних коштів забезпечує реалізацію цілей соціально-економічного розвитку й функцій держави» [2, с. 14]. Натомість С.В. Захарін заявляє про недоцільність прямої державної підтримки (через механізм грантів, субсидій, здешевлень кредитів) корпоративних структур [3, с. 773]. Підтримка компаній з неефективною системою менеджменту призводить до стимулювання низької ефективності суспільного відтворення та одночасно дискримінує більш ефективні у цьому відношенні підприємства.

Фіскальна підтримка держави передбачає стимулювання інноваційної діяльності підприємств шляхом зменшення суми сплачуваних податків. Така підтримка включає *пряму, опосередковану та митну*. Пряма підтримка направлена безпосередньо на стимулювання інноваційної діяльності й застосовується тільки у разі здійснення підприємствами витрат на інноваційну діяльність. Вітчизняні вчені З. Варналій та Д. Серебрянський указують на пріоритетність стимулюючої функції податку на прибуток при забезпеченні інвестиційно-інноваційного розвитку економіки [4, с. 63].

До **прямої фіскальної підтримки** доцільно відносити:

– *податкові пільги* (можливість зменшення бази оподаткування прибутку на суму витрат на інвестиції в інновації. При цьому така сума може бути обмеженою (фіксованою) чи враховувати повний обсяг понесених витрат);

– *податковий кредит* (можливість зменшення податку на прибуток на певний відсоток за умови використання прибутку на інвестиції інноваційного характеру, але з наступним поверненням отриманих коштів після реалізації інноваційного проекту);

– *прискорений метод нарахування амортизації* (можливість амортизувати обладнання за подвійною ставкою чи за довільно вибраним методом, що дозволяє зменшити суму оподаткованого прибутку).

На думку Л.І. Федулової, використання податкових пільг більшою мірою відповідає ринковому характеру функціонування економіки, оскільки у цьому випадку рішення про їх використання приймають самі підприємці [5, с. 31].

Непрямі фіскальні стимули не гарантують обов'язкове здійснення інноваційних витрат, але спрямовані на це. До таких ініціатив, зокрема, відносимо:

– *загальне скорочення ставки оподаткування прибутку підприємств* позитивно вплине на обсяг фінансових ресурсів, які потенційно можуть бути інвестовані в інновації;

– *пільгове оподаткування дивідендів венчурних компаній*, що стимулюватиме інвестувати в такі компанії, а отже і в інноваційні проекти;

– *скорочення податків на доходи високоосвічених іммігрантів*, що дозволить наростити обсяги людського капіталу в економіці.

Дослідження засвідчили високу ефективність застосування цільових податкових пільг, таких як податкові кредити й знижки порівняно з ширшими ініціативами: податкові канікули та зниження ставки на податок підприємств [6].

Такі висновки підтверджують дослідження, проведені П. Ханелем та А. Альтузарра на прикладі іспанських і канадських підприємств. Дослідження британських учених Г. Вілліса та Дж. Хаскеля свідчать про переваги застосування прямого державного фінансування, особливо щодо

інноваційних агентств, порівняно з непрямими податковими стимулами (а саме податкові кредити)]. Проведення аналогічних досліджень на базі вітчизняних підприємств утруднене через відсутність відповідних даних та, найголовніше, низьку диверсифікацію заходів щодо стимулювання інноваційної діяльності підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Corporation tax and innovation. Issue at stake and review of European Union Experience in the Nineties Year. [Електронний ресурс] – December 2001. – Режим доступу: http://cordis.europa.eu/innovation-policy/studies/fi_study1.htm
2. Лютий І. О. Теоретико-методологічні засади бюджетної політики держави. / Лютий І. О. // Фінанси України. – 2009. – №12. – С. 13–19.
3. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України / [Федулова Л. І., Осецький В. Л., Гончаров Ю. В. та ін.] – К. : УкрІНТЕІ, 2007. – 812 с.
4. Варналій З. Вплив оподаткування прибутку на економічний розвиток України / Варналій З., Серебрянський Д. // Економіка України. – 2010. – № 5. – С. 55–69.
5. Федулова Л.І. Стимулююча функція фінансового забезпечення наукових досліджень: уроки для України/ Федулова Л.І. // Фінанси України. – 2010. – №7. – С. 22–34.
6. Shah A. Fiscal Incentives for Investment and Innovation / Shah A. – Washington: World Bank Publications , 2006. – 744 pp.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

О.А. Бурцева

*Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации, Гомель*

На принятие потребителями решений о покупке влияет множество различных переменных, включая психологические аспекты, «скрытую сторону» психики покупателей и внешнюю среду. При этом эффективность действия традиционных маркетинговых инструментов и методов воздействия на потребительское сообщество в современном мире снижается, и на первый план выходят новые виды маркетинга, одним из которых и выступает нейромаркетинг. Данная разновидность объединяет основы классического маркетинга и базисы нейропсихологии, являясь при этом настолько тонкой и на первый взгляд неощутимой формой манипуляции, что сам покупатель неосознанно попадает во все «ловушки», грамотно и профессионально расставленные в точке продажи, совершая порой совершенно ненужные покупки [1, 2].

Рассматривая феномен нейромаркетинга, можно утверждать, что он использует разные воздействующие на человеческий мозг стимулы, чтобы вызвать нужное воздействие путем стимулирования зрения, обоняния, осязания, вкусовых рецепторов, памяти, социальных навыков людей, их ценностей и т.д. Поэтому возможности применения трендовых методик нейромаркетинга в цик-