

**УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РЕПУТАЦІЙНИХ ПОДАТКОВИХ
РИЗИКІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

*Погріщук Г.Б., д.е.н., професор,
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки ЗУНУ*

Останніми роками податки знаходяться у центрі управління діловою репутацією, адже сумлінна їх сплата перейшла від питання дотримання податкового законодавства до питання забезпечення суспільних інтересів. В інформаційному просторі зростає тиск на підприємства щодо збільшення прозорості їх оподаткування. Тому наразі суб'єкти господарювання зосереджені на тому, щоб зацікавлені сторони та суспільство загалом сприймали їхній податковий статус позитивно, і щоб вони не стикалися з негативним розголосом своїх податкових справ. Відповідно проблеми управління репутаційними податковими ризиками набувають особливої актуальності.

Зарубіжні фахівці визначають репутаційні податкові ризики як вплив на вартість і потенціал отримання прибутку підприємства, який може виникнути внаслідок його податкових рішень і дій, якщо про це дізнаються сторонні особи [1, с.15]. Українські вчені розглядають репутаційні податкові ризики як ризики завдання шкоди іміджові підприємства через діючу практику корпоративного оподаткування [2, с.174].

На наш погляд, репутаційні податкові ризики – це ризики, які виникають внаслідок того, що

негативна думка зацікавлених сторін або негативне оприлюднення ділової практики щодо корпоративного оподаткування, негативно вплинуть на фінансовий стан, спричинять зменшення клієнтської бази або призведуть до витратних податкових спорів. Зацікавлені сторони включають співробітників, клієнтів, акціонерів, регулюючі органи, обраних посадових осіб, групи захисту інтересів і медіа-організації.

Виникнення репутаційних податкових ризиків можуть обумовлювати кілька причин:

1. Наявність податкових спорів. Податкові спори виникають, коли податкові органи оскаржують податкові позиції чи практики платників податків. Такі протиріччя можуть призвести до перевірок, розслідувань або судових процесів, потенційно завдаючи шкоди репутації та фінансовому стану суб'єкта господарювання.

2. Агресивне податкове планування. Дане планування передбачає реалізацію корпоративної податкової політики, яка розширює межі податкового законодавства та правил для мінімізації податкових зобов'язань. Така практика може привернути увагу податкових органів і призвести до негативних наслідків, зокрема фінансових санкцій і втрати

репутації.

3. Корпоративна соціальна відповідальність. Зазначена відповідальність охоплює відданість підприємства етичній поведінці, соціальному добробуту та екологічній стійкості. Тому практика корпоративного оподаткування, яка сприймається як неетична або надмірно агресивна, може зашкодити зусиллям суб'єкта господарювання з корпоративної соціальної відповідальності та завдати шкоди її репутації.

Репутаційні податкові ризики можуть виникати як побічний наслідок будь-якого іншого виду збоїв в управлінні податковими ризиками, таких як комплаєнс та операційні ризики. У деяких випадках репутаційні податкові ризики можуть виникнути не через пряму провину підприємства, а побічно, як хвильовий ефект проблем, які виникають у галузі чи зовнішньому середовищі.

Важливість репутаційних податкових ризиків для суб'єктів господарювання свідчить про те, що підприємствам буде найпростіше уникнути негативного розголосу про їхнє корпоративне оподаткування, якщо вони систематично й регулярно позначатимуть і розглядатимуть репутацію як податковий ризик і враховуватимуть необхідність бути підзвітними громадськості при формуванні та реалізації своєї податкової політики.

Управління репутаційними податковими ризиками можна здійснювати за трьома лініями захисту: стратегічною, культурною та оперативною [3].

1. Стратегічна лінія захисту містить п'ять напрямів зосередження

зусиль для забезпечення перспективного узгодження діяльності всього підприємства: ефективний нагляд керівництва; інтеграція ризику у здійснення бізнес-планування; пріоритетна зосередженість на виявленні ризику через призму зацікавлених сторін; ефективні комунікації, формування іміджу та створення бренду; формалізація програми реагування на кризові ситуації.

2. Культурна лінія захисту означає забезпечення узгодження стимулів до сумлінної сплати податків з корпоративними цінностями, щоб формувати та впливати на корпоративну податкову культуру.

3. Оперативна лінія захисту передбачає формування жорсткого контрольного середовища, що закладає основу для сильної податкової культури та демонструє відданість керівництва підприємства чесності та етичним цінностям оподаткування.

У світовій практиці виокремлюють шість стратегій управління репутаційними податковими ризиками підприємств [4]:

1. Активне стеження за змінами податкового середовища: передбачає не тільки швидку адаптацію до змін податкового законодавства, а й зв'язки з громадськістю для відстеження рівня суспільного інтересу до податкового профілю підприємства в засобах масової інформації.

2. Оцінка готовності реагувати на загрозу репутаційному податковому ризику: полягає у постійному моніторингу того, чи має підприємство погоджену керівництвом стратегію або план дій щодо реакції на втрату репутації через діючу практику

корпоративного оподаткування.

3. Покращення спілкування з внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами: означає формування комунікаційної стратегії з громадськістю.

4. Формування загальної картини податкової практики: характеризується оцінкою бізнес-причин прийнятих податкових рішень у кожній юрисдикції, де працює підприємство.

5. Вирішення комунікаційних проблем: передбачає налагодження взаємодії із засобами масової інформації, якщо податкова практика підприємства опиниться під пильною увагою.

6. Вбудовування репутаційного податкового ризику в бізнес-стратегію основної діяльності, що дозволить належним чином оцінити ризики податкової репутації поточних бізнес-рішень.

Підприємства, які є лідерами в управлінні репутаційними податковими ризиками, знаходять

способи пов'язати менеджмент податкових ризиків зі своєю політикою управління ризиками та визначити, де може виникнути наступний збій. Вони використовують моніторинг даних, щоб збирати й інтерпретувати ринкову інформацію для виявлення та усунення загроз своїй репутації.

Таким чином, репутаційні податкові ризики належать до стратегічних ризиків, які вражають діяльність і конкурентоспроможність суб'єктів господарювання. Вони часто пов'язані з емоціями, довірою та внутрішньою реакцією на підприємство, тому можуть становити найбільший потенціал для руйнування цінностей. Однак, за належного управління, репутаційні податкові ризики можуть створити можливість впливати на сприйняття суспільством і створювати вартість бренду. Тому ефективне управління даними ризиками може допомогти підприємствам випередити проблеми та мінімізувати або навіть усунути потенційну репутаційну шкоду.

Список використаних джерел:

1. Lavermicocca C., Buchan J. Role of reputational risk in tax decision making by large companies. *eJournal of Tax*. 2015. Vol. 13. №. 1. P. 5-50.

2. Фінансові ризики ведення бізнесу в Україні: сектор нефінансових корпорацій : колект. наук. доповідь / за ред. В. В. Зимовця. Київ : ДУ«Ін-т екон. та прогноз. НАН України», 2022. 260 с.

3. Thackeray J. How to Manage Reputational Risk. URL: <https://www.acfeinsights.com/acfe-insights/2019/2/18/how-to-manage-reputational-risk>.

4. Vollmer S. 6 ways to better manage reputational risk in international tax. URL: <https://www.fm-magazine.com/news/2015/jun/managing-international-tax-risk-201512421.html>.