

Секція. Юридическіе науки

Дуліба Євгенія Володимирівна

кандидат юридичних наук

ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет

імені академіка Степана Дем'янчука»

м. Рівне, Україна

ЛОБІЮВАННЯ У СФЕРІ ПОДАТКОВИХ ПРАВОВІДНОСИН

Сьогодні європейські стандарти в галузі регулювання лобістської діяльності не є абсолютно визначеними і знаходяться в процесі розроблення. При цьому лобіювання притаманне багатьом сферам суспільного життя і є невід'ємною складовою політичного процесу в демократичному суспільстві, оскільки це особлива система реалізації інтересів різноманітних груп громадськості шляхом впливу на законодавчі та виконавчі органи державної влади.

Сьогодні не існує одного підходу до розуміння поняття «лобіювання». Так, наприклад, під поняттям лобіювання розуміють групу, яка намагається вплинути на законодавство або на плани державних витрат для досягнення результату, більш сприятливого для них [1], систему контор і агентів, які чинять тиск на законодавця і чиновників [2, с. 730], регламентований процес легітимного впливу на чітко визначені законом органи влади, а також на їхніх посадових і службових осіб зареєстрованими у встановленому порядку осіб з метою участі останніх у формуванні та реалізації державної політики [3, с. 9].

Історично так склалося, що в Україні термін «лобіювання» часто сприймається як негативне явище, як явище впливу на управлінські рішення за допомогою незаконного тиску на представників влади, хабарництва, купівлі голосів. Хоча лобіювання саме по собі не є чимось поганим, але роль лобістів має делікатний характер, оскільки межа між

правомірним впливом та неправомірним впливом не завжди легко виділити. Саме неправомірний вплив і породжує негативне ставлення до самого поняття «лобіювання». У позитивному значенні явище лобіювання можна розглядати як явище, яке необхідне для демократичного суспільства, коли різні групи осіб реалізують свої інтереси, при цьому прагнуть привернути до себе увагу органів державної влади.

Відсутність належного правового регулювання лобістської діяльності в Україні породжує цілий ряд проблем, серед яких однією із найважливіших є проблема нерівноправності груп населення у здійсненні впливу на розробку та прийняття рішень органами влади. Іншою суттєвою проблемою є те, що відсутність механізмів забезпечення гласності лобіювання не дозволяє громадянам України, чітко визначити, хто впливає на процес прийняття тих чи інших рішень, в який спосіб та на кого здійснюється такий вплив, а відтак – визначити політичні сили та конкретних осіб, які несуть політичну відповідальність за прийняття відповідних рішень.

Говорячи про лобіювання у сфері податкових правовідносин, варто зазначити, що це явища необхідно характеризувати за певними критеріями: правова база, її роль в боротьбі з корупцією, суб’єкти, об’єкти та предмет лобіювання.

Лобіювання у сфері податків функціонує саме, виходячи з єдиного для всіх громадян принципу, який проголошує право громадян брати участь у державних процесах, право брати участь в управлінні державними справами, право направляти індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів державної влади, органів місцевого самоврядування та посадових і службових осіб цих органів (ст. 40 Конституції України) [4]. Це знаходить своє відображення, зокрема, у тому, що окремі групи впливу, маючи тісні зв’язки з окремими представниками влади, забезпечують прийняття нормативно-правових

актів, які максимально враховують їх інтереси, тоді як інші зацікавлені суспільні групи, не маючи зазначених зв'язків, неспроможні донести свою позицію та забезпечити врахування своїх інтересів при прийнятті рішень. Як наслідок – значна кількість нормативно-правових актів враховує інтереси вузького кола громадян і суспільних груп та є недостатньо обґрунтованою.

Говорячи про суб'єкт лобіювання, то варто зазначити, що не дивлячись на те, що сьогодні в Україні не існує нормативного акту щодо цього питання, однак в сфері оподаткування суб'єктами виступають фізичні та юридичні особи. При цьому це можуть бути як виконавці, так і замовники лобістських послуг, які зацікавлені в прийнятті управлінського рішення у свою користь.

Об'єктами лобіювання є органи державної влади, при цьому це можуть бути органи як законодавчої, виконавчої так і судової влади. Лобістська діяльність у сфері оподаткування найбільше спрямована саме на органи законодавчої та виконавчої влади. Перш за все, це пов'язано з тим, що Державна фіскальна служба, як центральний орган виконавчої влади, реалізує державну податкову політику в Україні, розробляє проекти законів України, актів Президента України, Кабінету Міністрів України, наказів Міністерства фінансів України з питань, що належать до сфери діяльності[5]. Крім того, всі зміни у податковому законодавстві регулюються виключно законами України [4].

Враховуючи той факт, що лобісти працюють із Кабінетом Міністрів України в цілому, так і з Державною фіскальною службою України зокрема, з Верховною Радою України, то предметами лобіювання у сфері податків виступають нормативно-правові акти, що регулюють податкове та митне законодавство України, що регулюють державну політику у сфері контролю за виробництвом та обігом спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів, державну політику з адміністрування єдиного внеску,

а також боротьби з правопорушеннями під час застосування законодавства з питань сплати єдиного внеску, державну політики у сфері контролю за своєчасністю здійснення розрахунків в іноземній валюті в установлений законом строк, дотриманням порядку проведення готівкових розрахунків за товари (послуги), а також за наявністю ліцензій на провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до закону, торгових патентів [5]. Таким чином, поле лобістської діяльності у сфері податків дуже широке через всеохоплюючий характер її об'єктів.

Не дивлячись на те, що в Україні було зроблено декілька спроб урегулювати питання про лобіювання, у всіх законопроектах були відсутні норми, що закріплювали б механізм взаємодії держави з суспільством, які дали б можливість не просто просувати якийсь інтерес, а узгодили б інтерес різних груп.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що відсутність нормативно-правового регулювання лобістської діяльності в цілому, так і у податкових правовідносин, сприяє розвитку корупційних форм впливу на прийняття нормативно-правових актів, та є сприятливим середовищем для посадових злочинів.

Припинення «лобіювання вузьких інтересів» у сфері оподаткування, спрощення податкової системи повинно позитивно вплинути на економічне зростання та залучення інвестицій до України. А це можна досягнути шляхом прийняття закону про лобіювання, який повинен містити правовстановлюючі норми, адже лобіювання це не тільки просування певних законів, а це і неприйняття тих законів, які можуть шкодити суспільству або певним інтересам держави чи певних груп.

Література

1. Business Dictionary [Електронний ресурс]: Режим доступу www.businessdictionary.com.

2. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. – 4. – изд. – М.: Сов. энциклопедия, 1989. – 1632 с.
3. Інститут лобіювання в Україні та за кордоном: походження, проблеми, перспективи розвитку. Науково-інформаційне видання. / Д. Базілевич, В. Нестерович, В. Федоренко; Інститут професійного лобіювання та адвокати. – К.: ФОП Москаленко О.М., 2015. – 111с.
4. Конституція України / Відомості Верховної Ради (ВВР), 1996. - № 30. - Ст. 141.
5. Про Державну фіскальну службу України: Постанова Кабінету Міністрів від 21.05.2014 № 236 [Електронний ресурс] : Режим доступу [www. rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).