

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-57>

УДК 336.02

# ФІНАНСОВО-ПОДАТКОВИЙ АСПЕКТ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЦИФРОВИХ КОРПОРАЦІЙ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

## FINANCIAL AND TAX ASPECTS OF DIGITAL CORPORATIONS' BUSINESS ACTIVITY IN INTERNATIONAL MARKETS

**Благодир Лілія Миколаївна**кандидат економічних наук, доцент,  
Вінницький національний технічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1685-3457>**Філатова Любов Сергіївна**кандидат економічних наук, старший викладач,  
Вінницький національний технічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7713-307x>**Blagodyr Liliya, Filatova Lyubov**  
Vinnytsya National Technical University

У статті досліджується вплив цифрової трансформації на фінанси, оподаткування і бізнес-моделі сучасних технологічних компаній. Визначено технології, що впливають на традиційні способи ведення господарської діяльності, а також сприяють появі нових бізнес-моделей. Здійснено порівняння традиційної і цифрової бізнес-моделей за такими ключовими критеріями, як активи, наявність і характер ефекту масштабу, створення цінності, темпи росту, домінуюче джерело залучення капіталу, парадокс прибутковості, рівень транзакційних витрат, наявність територіальних обмежень для взаємодії, інноваційна активність, драйвер зростання вартості бізнесу. Виявлено, що механізм функціонування і розвитку цифрових компаній на сьогодні не вкладається в традиційну фінансово-економічну парадигму, коли прибутковість компанії є ключовим показником ефективності діяльності і драйвером зростання її вартості. Проаналізовано рівень податкового навантаження на публічні акціонерні компанії з різних секторів економіки США за 2019 р. шляхом порівняння ефективних ставок податку на прибуток і федеральної номінальної ставки. Виявлено, що для промислових компаній ефективні податкові ставки є вищими, ніж для цифрових технологічних компаній. Доведено, що застосування нині діючих міжнародних підходів до прямого оподаткування на основі джерела прибутку або місцезнаходження компанії в умовах віртуалізації бізнесу має певні обмеження.

**Ключові слова:** фінанси, податок на прибуток, ефективна податкова ставка, цифрова економіка, публічна акціонерна компанія, цифрова корпорація, парадокс прибутковості, лінійна бізнес-модель, мережева бізнес-модель, ринкова капіталізація, ефективність функціонування компанії.

В статье исследуется влияние цифровой трансформации на финансы, налогообложение и бизнес-модели современных технологических компаний. Определены технологии, влияющие на традиционные способы ведения хозяйственной деятельности, а также способствуют появлению новых бизнес-моделей. Проведено сравнение традиционной и цифровой бизнес-моделей по ключевым критериям, таким как активы, наличие и характер эффекта масштаба, создание ценности, темпы роста, доминирующее источник привлечения капитала, парадокс прибыльности, уровень транзакционных издержек, наличие территориальных ограничений для взаимодействия, инновационная активность и т.д. Выявлено, что механизм функционирования и развития цифровых компаний сегодня не укладывается в традиционную финансово-экономическую парадигму, когда прибыльность компании является ключевым показателем эффективности деятельности и драйвером роста ее стоимости. Проанализирован уровень налоговой нагрузки на публичные акционерные компании из различных секторов экономики США за 2019 путем сравнения эффективных ставок налога на прибыль и федеральной номинальной ставки. Выявлено, что для промышленных компаний эффективные налоговые ставки выше, чем для цифровых технологических компаний. Доказано, что в условиях виртуализации бизнеса применение ныне действующих между-

народных подходов к прямому налогообложению на основе источника прибыли или местонахождения компании имеет определенные ограничения.

**Ключевые слова:** финансы, налог на прибыль, эффективная налоговая ставка, цифровая экономика, публичная акционерная компания, цифровая корпорация, парадокс прибыльности, линейная бизнес-модель, сетевая бизнес-модель, рыночная капитализация, эффективность функционирования компании.

The paper deals with the digital transformation challenges of the companies' business models. There had been determined the modern digital technologies that influence the traditional ways of economic activities, favoring thus the emerging of the new business models. Linear and network business models had been compared using such key criteria as assets, availability and nature of the scale effect, value creation, growth rate, dominant source of capital attraction, profitability paradox, level of transactional costs, presence of territorial restrictions for interaction, innovation activity, business value growing driver. It had been determined that the functioning and developing mechanism of digital companies today does not fit into the traditional financial and economic paradigm, when the company's profitability is a key indicator of efficiency and driver for its value growing. The phenomena of "profitability paradox" and "capitalization gap" had been determined on the example of joint-stock companies in various sectors of the US economy. There had been analyzed the level of tax burden on joint stock companies in various sectors of the US economy in 2019 by comparing the effective income tax rates with the federal nominal rate. It was found that the effective tax rates for industrial companies are higher than for digital technology companies. This proves the relevance of the discussion as for the principles of taxation in the context of digital transformation of the economy, in particular, the principle of justice. It had been proved that the current international approaches to the direct taxation that is based on the revenue or on the location of the company under the conditions of business virtualization have certain restrictions for their application. In particular, the question arises about the "significant economic presence" and the search for its criteria. The researches show that the taxation of the foreign company requires the availability of the national customer base; the volume of the digital content created by national users; invoicing in national currency or using the national payment system; availability and maintenance of the website in the language of the country, delivery of goods directly to the customers or provision of accompanying services; marketing activities to attract customers.

**Keywords:** finance, income tax, effective tax rate, digital economy, joint stock company, digital corporation, profitability paradox, linear business model, network business model, market capitalization, company efficiency.

**Постановка проблеми.** Цифрові платформи, пули прав інтелектуальної власності, Big Data, цифрові алгоритми, технології адресного маркетингу, з одного боку і трансформація мислення, психології і сприйняття споживачів – з іншого створюють принципово нові умови на ринках. Зазначають змін підходи до монетизації доходів компаній, оскільки їх господарська діяльність будується тепер не тільки на матеріальних аспектах обороту товарів і послуг, а й на залученні і концентрації уваги користувачів. Цифрові технологічні гіганти вже не вивчають, а формують смаки і переваги споживачів. Інформаційно-комунікаційні технології дозволяють компаніям взаємодіяти з клієнтами на ринках віддалено, або через обмежену фізичну присутність в окремих юрисдикціях. Це породжує низку проблем у сфері фінансів і прямого оподаткування корпорацій, зокрема питання розподілу оподаткованого доходу між різними юрисдикціями загострює податкову конкуренцію між країнами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В площині нашого дослідження привертають до себе увагу праці науковців Т. Кошук, О. Вієцької, В. Говіндараджана, Р. Бухта, Р. Хікса, Г. Бауера, М. Купер, А. Туріна, Дж. Паркера,

М. ван Альстіна, Р. Шнайдера, М. Сірекі, О. Йосуке та ін., а також дослідження таких міжнародних інституцій як Організація економічного співробітництва і розвитку (далі ОЕСР), Світовий банк, Європейська комісія тощо.

Отже, як показав аналіз літератури, увага наукової спільноти і міжнародних організацій зосереджена на таких напрямках досліджень:

- оцінка масштабів ухилення корпорацій від сплати податків і податкова конкуренція між державами [1–3];
- вплив відмінностей податкових систем різних країн на поведінку мультинаціональних корпорацій [3–5];
- проблеми корпоративного оподаткування міжнародного бізнесу [6; 7];
- аналіз впливу цифрових технологій на бізнес-моделі корпорацій і фінансовий облік їх діяльності [1; 7–12];
- забезпечення збалансованості державного бюджету і справедливості оподаткування корпорацій [11; 12];
- пошук консенсуса на міжнародному і національному рівнях у галузі оподаткування бізнес-моделей з високим рівнем цифровізації [1; 2; 11; 12].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Разом з тим,

попри багатогранність і фундаментальність зазначених праць вважаємо, що проблематика функціонування цифрових компаній потребує подальших досліджень з огляду на динамічність і непередбачуваність бізнес-середовища, загрозу монополізації ринків, політичний тиск з боку цифрових технологічних гігантів на уряди країн в галузі податкового законодавства.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета нашого дослідження полягає у виявленні особливостей господарської діяльності сучасних цифрових компаній, які впливають в міжнародному контексті на їх корпоративні фінанси і оподаткування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Цифрова трансформація змінює бізнес-процеси, бізнес-моделі і економічні відносини, як на рівні компаній, так і економіки в цілому. В основі цих змін лежать новітні технології (рис. 1), що формують обриси цифрової економіки як специфічної системи соціально-економічних відносин.

Зазначені технології сприяють появі нових форм господарювання, зниженню транзакційних витрат ведення бізнесу, підвищенню ефективності функціонування компаній.

Разом з тим, в ході цифрової трансформації економіки, як зазначається [5] виникає ряд протиріч:

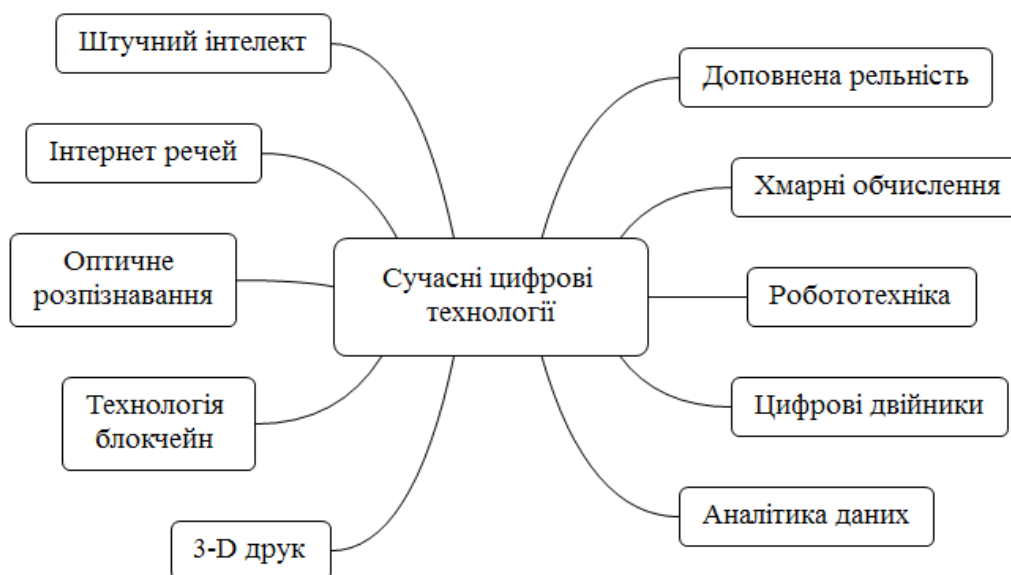
– ріст продуктивності внаслідок розвитку цифрових технологій посилює нерівність роз-

поділу. Наприклад, автоматизація на основі використання роботів і штучного інтелекту скорочує число задач, у виконанні яких перевагу мають люди-працівники, а перетік капіталу між секторами економіки знижує рівень оплати праці;

– концентрація даних, технологій і кадрів, з одного боку, стимулює інновації, а з іншого – підвищує ризики монополізації, обмежує різноманіття досліджень і розробок, актуалізує питання в галузі оподаткування цифрових технологічних гігантів;

– консолідація даних, з одного боку, дозволяє підвищити якість послуг, а з іншого – загрожує ризики, пов'язані із захистом приватності і забезпеченням безпеки користувачів.

На думку М. Пасквінеллі [13], в бізнес-моделях цифрової економіки відбувся перехід від прибутку до ренти. Прибуток – дохід, який отримують в результаті продажу товарів, в той час як рента – дохід від монополістичної експлуатації простору. У феодальні часи джерелом ренти була експлуатація землі, оброблюваної залежними від феодала селянами. Також, рента є елементом моделі FIRE<sup>1</sup>-економіки, характерної для великих мегаполісів або нафтових олігархій, заснованих на експлуатації багатих на природні ресурси територій. Натомість в епоху Інтернету джерелом ренти стають віртуальні простори, які «обробляються» культурними виробниками, або проз'юмерами<sup>2</sup>.



**Рис. 1. Драйвери цифрової трансформації: технологічний аспект**

*Джерело: побудовано автором на основі [12; 14]*

<sup>1</sup> Акронім від англ. finance, insurance, real estate – фінанси, страхування, нерухомість

<sup>2</sup> Prosumer – від англ. producer (виробник) і consumer (споживач)

Це означає, що участь користувача є критично важливим фактором цінності для певних видів цифрового бізнесу. Оскільки генеровані користувачем дані є специфічним економічним ресурсом, необхідним для створення вартості і отримання вигод. Більше того, здатність компанії контролювати дані має стратегічно важливе значення, адже це дозволяє перетворити їх на «цифровий капітал» [7], який створює конкурентні переваги для посилення впливу компанії на ринку.

Загалом ОЕСР у своєму звіті [12, с. 24] наводить характеристики цифрового бізнесу, які вирізняють його з поміж інших способів ведення господарської діяльності і впливають на корпоративні фінанси і оподаткування:

– міжюрисдикційне узгодження (масштаб діяльності без фізичної присутності). Цифровізація дозволяє компаніям розміщувати послідовні етапи своїх виробничих процесів у різних країнах, і водночас отримувати доступ до більшої кількості клієнтів по всьому світу. Компанія може брати участь у економічному житті певної держави без фізичної присутності на ринку споживача, тобто досягати локального операційного масштабу без локальної присутності. Це означає, що цифрові компанії отримують доступ до зарубіжних ринків без виникнення зв'язку в юрисдикції відповідно до традиційних принципів (компанія може працювати в юрисдикції, не маючи філіалу чи постійного представництва через недостатню фізичну присутність для їх створення);

– опора на нематеріальні активи, включаючи інтелектуальну власність. Цифрові компанії інвестують значні кошти у нематеріальні активи, особливо інтелектуальну власність. Інтенсивне використання таких активів (наприклад, програмного забезпечення та алгоритмів, що підтримують функціонування цифрових платформ, екосистем тощо) є ключовим для цифрових компаній на основі цифрової мережевої бізнес-моделі;

– дані користувачів та створений ними контент є важливим компонентом в бізнес-моделях цифрових компаній. Користь від аналізу даних зростає зі збільшенням кількості зібраної інформації, пов'язаної з конкретним користувачем чи замовником. Наприклад, користувачі відіграють важливу роль для соціальних мереж, маркет-плейсів, де без їх участі не виникає мережевих ефектів і не створюється унікальний цифровий контент;

– створення цінності в цифрових бізнес-моделях з т.з. місця створення та особис-

тості творця. Міжюрисдикційний масштаб без фізичної присутності та використання переважно нематеріальних активів є ключовими факторами для створення цінності цифровими компаніями.

В табл. 1 наведено порівняння традиційної бізнес-моделі на основі активів і цифрової бізнес-моделі. Бізнес-модель розглядається як логіка створення цінності для споживача і монетизації доходу для компанії.

Як бачимо, механізми функціонування бізнес-моделі на основі активів і цифрової бізнес-моделі різняться за структурою активів і витрат, факторами формування цінності, джерелами залучення фінансування тощо. Зокрема, бізнес-модель на основі матеріальних активів будується навколо лінійного ланцюга створення вартості. Цифрова бізнес-модель ґрунтується на цифрових продуктах і послугах, які рекламуються, просуваються і розподіляються через цифрові канали, такі як багатосторонні цифрові платформи і мобільні застосунки.

Цифрова бізнес-модель, як зазначається [10], може бути лінійною і мережевою. В рамках лінійної цифрової бізнес-моделі створюється продукт, який продається споживачам (наприклад, компанія Netflix як стрімінговий сервіс продає підписку на пакети своїх послуг; Microsoft надає програмне забезпечення як послугу тощо). Мережева цифрова бізнес-модель не передбачає створення нового продукту і пов'язана здебільшого із наданням посередницьких послуг різним групам учасників багатосторонніх цифрових платформ (наприклад, соціальні мережі Facebook, Instagram, маркет-плейси Amazon, Etsy, Alibaba тощо). Загалом, поділ бізнес-моделей сучасних технологічних компаній на лінійні і мережеві є досить умовним з огляду на те, що вони постійно переформатовують свою діяльність так, аби максимально використовувати переваги концепції SMAC (розвиток у напрямку соціальних, мобільних, аналітичних і хмарних технологій тощо).

Слід зазначити, що класифікація цифрових бізнес-моделей на основі різних критеріїв, зокрема підходів до монетизації, сторін, задіяних у бізнесі, є важливим науковим завданням.

Промислові компанії-старожили з бізнес-моделями на основі матеріальних активів тривалий час домінували на різних ринках, але на сьогодні існує розрив між обсягами ринкової капіталізації промислових і цифрових компаній (рис. 2).



Таблиця 1

## Порівняльна характеристика бізнес-моделей

Ознака	Бізнес-модель на основі матеріальних активів	Цифрова бізнес-модель
Активи	Домінують матеріальні	Домінують нематеріальні
Ефект масштабу	Обмежений, після досягнення критичної точки граничні витрати зростають	Не обмежений; граничні витрати наближаються до нуля
Створення цінності	Цінність створюється послідовно за рахунок контролю витрат на кожній послідовній стадії виробництва. Процес є фондомістким.	Цінність створюється децентралізовано в процесі виникнення зв'язків (мережевого ринку) між споживачами і виробниками. Процес не є фондомістким.
Темп росту	Повільний	Швидке експоненціальне зростання
Джерело залучення капіталу	Домінують власні джерела фінансування	Домінують залучені джерела фінансування
Парадокс прибутковості	Відсутній	На фоні хронічної збитковості компанії зростає її капіталізація
Транзакційні витрати	Середні, високі	Низькі
Обмеження для взаємодії	Територіальні, міжнародні	Відсутність будь-яких територіальних обмежень
Інноваційна активність	Середня реактивна	Висока проактивна; проривні інновації формують нові ринки
Драйвер зростання вартості бізнесу	Грошові потоки, що генеруються активами	Мережевий ефект
Ринок	Фізичний простір	Віртуальний і фізичний простір

Джерело: узагальнено авторами на основі [10, с. 4; 11]

Бувльбашкова діаграма (рис. 2) показує, що ані «вік» компанії, ані розмір її чистого прибутку не є чинником високої капіталізації на фондовому ринку. Станом на травень 2020 р. шість з десяти компаній-лідерів за капіталізацією були цифровими високотехнологічними корпораціями (Microsoft, Apple, Amazon, Alphabet, Facebook, Alibaba) Механізм функціонування і розвитку цифрових компаній на сьогодні не вкладається в традиційну фінансово-економічну парадигму, коли прибутковість компанії є ключовим показником ефективності діяльності і драйвером зростання її вартості. Як видно з діаграми, на фондовому ринку існує такий феномен як «парадокс прибутковості», тобто компанія може бути не надто прибутковою або навіть збитковою, але її капіталізація є значною.

Згідно з [8; 15] це явище може бути зумовлене невідповідністю норм бухгалтерського фінансового обліку специфіці господарської діяльності цифрових компаній. Зокрема, джерелом створення вартості в традиційних лінійних бізнес-моделях є матеріальні активи, натомість в цифрових бізнес-моделях провідну роль для створення вартості відіграють нематеріальні активи, зокрема компетенції

працівників, цифрові технології, мережеві ефекти, які поки що не знаходять свого відображення у фінансовій звітності.

Поряд з питанням про відповідність діючих норм бухгалтерського фінансового обліку і звітності характеристикам сучасних цифрових бізнес-моделей і джерелам створення вартості актуалізується проблема прямого оподаткування результатів діяльності цифрових компаній.

Для порівняння податкового навантаження на публічні корпорації з різних секторів економіки США визначимо ефективні податкові ставки податку на прибуток за даними їх фінансової звітності (рис. 3). Прибуток акціонерних публічних компаній оподатковується на федеральному рівні, рівні штату, а також місцевому рівні. З 2018 р. після податкової реформи федеральна ставка податку на прибуток в США становить 21%. Ставки корпоративного податку на рівні штату зазвичай варіюються від 1% до 12%. У деяких штатах податок на прибуток не стягується.

Отже, як видно з діаграми компанії технологічного сектору США (Apple, Microsoft, Alphabet, Cisco, IBM), а також компанії сектору телекомунікацій (AT&T, Verizon) за 2019 р. спла-

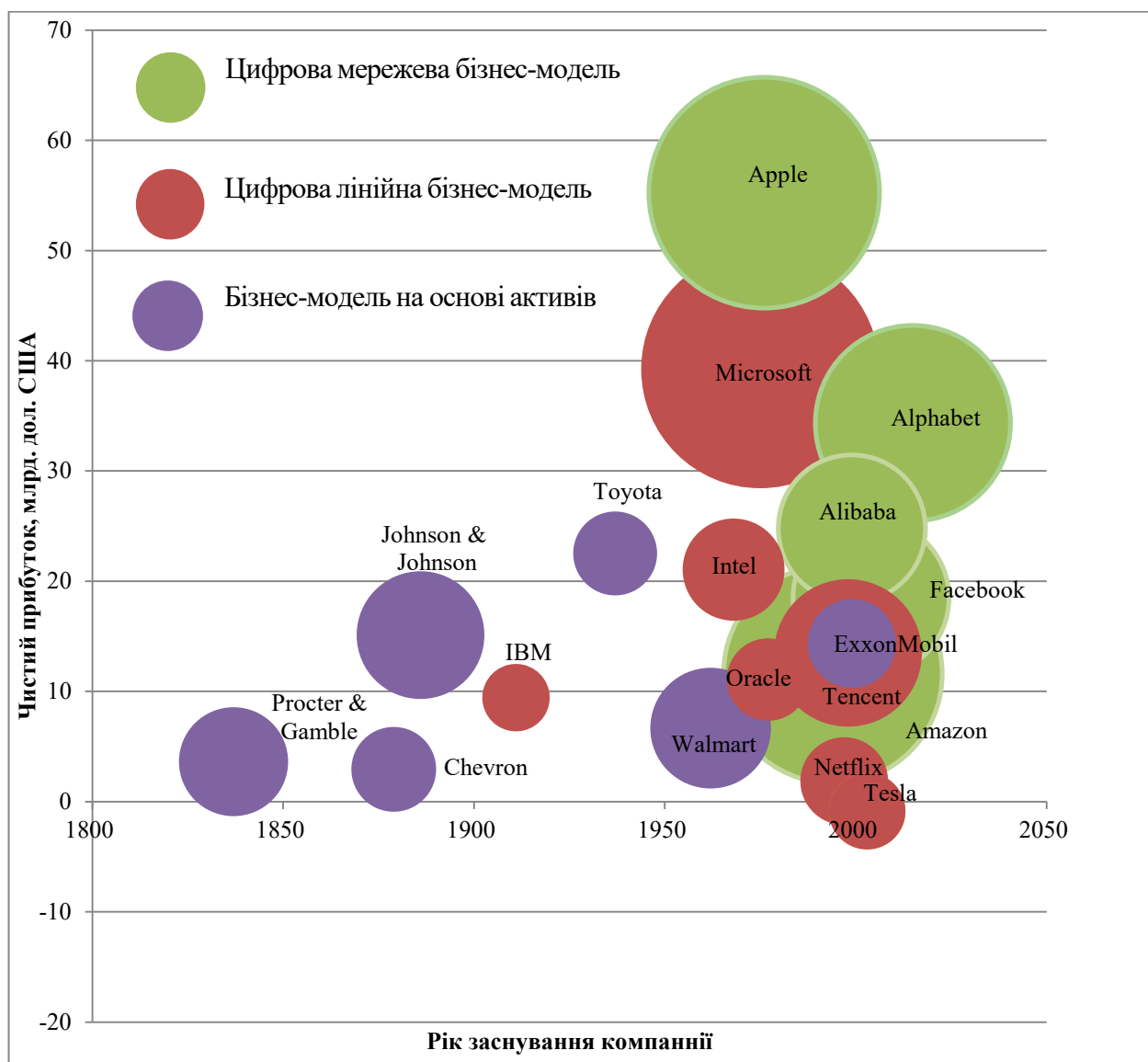


Рис. 2. Ринкова капіталізація і типи бізнес-моделей компаній з різних секторів економіки США (станом на травень 2020 р.)<sup>3</sup>

Джерело: побудовано авторами за даними [16]

тили податок на прибуток за фактично нижчою податковою ставкою у порівнянні з номінальною. Натомість, для компаній енергетичного сектора (Exxon Mobil Corp. і Chevron Corp.) ефективна податкова ставка значно перевищувала номінальну федеральну ставку.

Також за даними Європейської комісії податкове навантаження на компанії цифрового бізнесу становить 9,5%, що більш ніж наполовину нижче тягаря на рівні 23,2%, який несе звичайний бізнес. На додачу до цього в західних країнах внаслідок так званого «ефекту Амазону» один за одним закриваються великі універсальні магазини і інші під-

приємства роздрібної торгівлі. Тобто податкове навантаження на цифровий бізнес є легшим в порівнянні з податковим тягарем «національного» бізнесу [4]. Це безперечно шкодить принципу конкурентної боротьби «за єдиними правилами» і актуалізує проблему справедливості прямого оподаткування для компаній з різними бізнес-моделями.

Цифрові технології дозволяють розмежувати місце створення вартості і місце її споживання кінцевим користувачем. Як наслідок, постає питання про те, де виникає прибуток: в країні виготовлення продукту, чи в країні кінцевого споживання.

<sup>3</sup> Площа бульбашки відповідає величині ринкової капіталізації компанії.

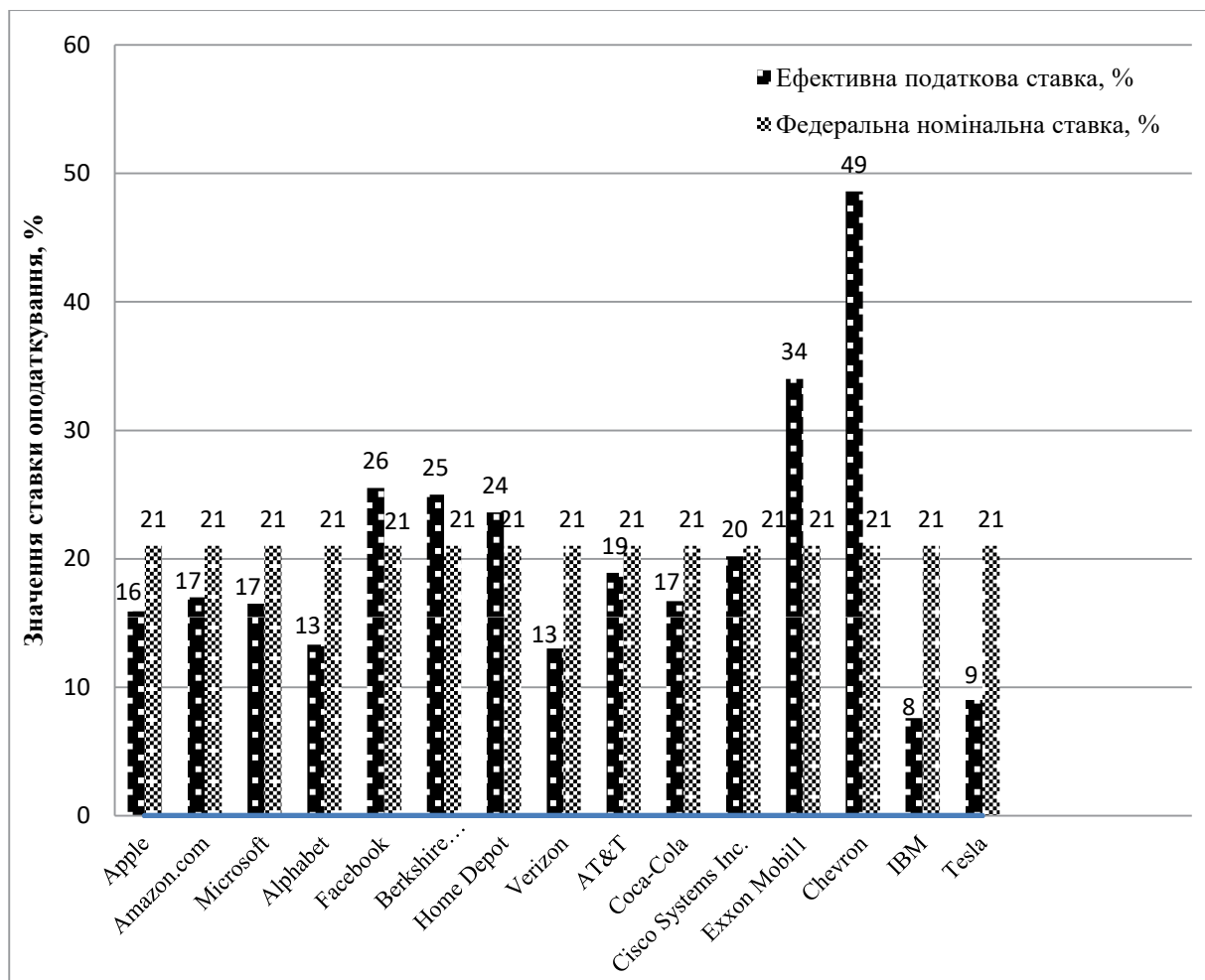
Нині діючі правила оподаткування виходять одночасно і з джерела прибутку, і з місцезнаходження компанії [1; 3; 12].

Модель оподаткування на основі принципу джерела заснована на визначенні місця здійснення господарської діяльності, в результаті якої генерується прибуток (ідея про «місце створення вартості» пов'язана з фізичною присутністю праці або капіталу). Тобто джерело доходності власного капіталу знаходиться в місці фактичного його функціонування. Споживчий ринок за таких умов не є драйвером зростання вартості компанії.

Разом з тим, цифрові компанії розвивають свою активну і постійну участь на регіональних ринках, не маючи потреби інвестувати в регіональну інфраструктуру і операції. Тому прибуток, отриманий тільки від фактичної присутності в регіоні, не відображатиме стійкої і суттєвої участі на місцевому ринку.

Модель оподаткування на основі принципу місцезнаходження або резидентства компанії ґрунтується на встановленні основного місця діяльності, яке, як правило, визначається за місцем її реєстрації, звідки здійснюється управління господарською діяльністю компанії, або через зв'язок власника компанії і держави (тимчасове проживання, постійне проживання, громадянство). Країни джерела мають переважні права стягувати податку з доходу. Країни місцезнаходження обкладають податком дохід транснаціональних корпорацій, отриманий від інвестицій.

Для визначення того, чи повинна корпорація-нерезидент платити податки в юрисдикції, важливою є концепція постійного представництва. ОЕСР [12] для цифрових компаній пропонує використовувати термін «істотна економічна присутність», що включає в себе як фізичний, так і цифровий виміри. Іншими



**Рис. 3** Порівняння ефективної і номінальної ставок податку на прибуток на прикладі компаній з різних секторів економіки США

Джерело: побудовано авторами за даними [16; 17]

словами, дане поняття означає, чи є іноземна компанія податковим резидентом і чи зобов'язана вона сплачувати належні за місцевим законодавством податки.

Зокрема, пошук критеріїв «цифрової присутності» включає в себе безліч фактів (насамперед, нематеріальних), що підтверджують стійку взаємодію з певною країною за допомогою цифрових рішень. Для оподаткування іноземної компанії повинні враховуватися наступні фактори [2]: наявність національної клієнтської бази (фізичних осіб, які використовують цифровий продукт або послугу); обсяг цифрового контенту, який створюється національними користувачами (наприклад, відеоролики, створювані користувачами YouTube, TikTok тощо); виставлення рахунків в національній валюті або з використанням національної системи оплати; наявність і обслуговування веб-сайту на мові країни присутності; доставка товарів клієнтам напряму або надання допоміжних послуг, таких як післяпродажне гарантійне обслуговування або ремонт; маркетингові заходи для залучення клієнтів.

ОЕСР пропонує розширити права юрисдикцій, в яких знаходяться споживачі цифрових товарів або послуг з огляду на те, що на сьогодні діє гібридна економічна модель (як поєднання цифрової і традиційної економік) і досить важко відокремити прояви цифрової економіки від традиційної.

Вирішальний вплив на місце розміщення дочірніх компаній чинять ефективні ставки оподаткування корпорацій. Кожен додатковий відсотковий пункт різниці між ставками оподаткування двох країн виражається в зменшенні на 1 відсоток прибутку до оподаткування дочірньої компанії.

Тому особливістю глобальної економіки є податкова конкуренція як прояв суперництва країн за мобільні фактори виробництва (насамперед, за капітал, меншою мірою – за працю) шляхом зміни податкової політики і впливу на величину податкового тягаря. Однак податкова конкуренція може бути не тільки справедливою (або здоровою), але і нечесною (шкідливою). Шкідлива податкова конкуренція є світовою проблемою. За даними дослідників [18] близько 40% прибутку транснаціональних корпорацій щороку переказується до «податкових гаваней». За таких умов втрати з податку на прибуток становлять понад 200 млрд дол.

США на рік, або 10% світових податкових надходжень

На сьогодні ознаками «шкідливості» податкової системи країни згідно з [3; 12] є вкрай низький рівень податкових ставок; наявність податкових пільг для нерезидентів; надання податкових переваг компаніям за відсутності фактичної економічної діяльності; визначення бази оподаткування з податку на прибуток за правилами, відмінними від прийнятих міжнародних правил; відсутність прозорості та обміну інформацією з іншими країнами.

Дискусія щодо переосмислення класичних правил розподілу податкової бази податку на прибуток між країною резидентства і країною-джерелом доходів триває. Оскільки серед 137 країн-учасниць проєкту BEPS<sup>4</sup>, ініційованого ОЕСР і спрямованого на боротьбу з розмиванням податкової бази і виведенням прибутку технологічних компаній з-під оподаткування, відсутній консенсус через політичний вплив технологічних корпорацій. Тому деякі розвинені країни (Франція, Італія, Велика Британія, Канада, Австралія та ін.) вирішили діяти в односторонньому порядку, впроваджуючи податки на цифрові послуги на своїй території.

**Висновки.** Отже, наше дослідження показало, що трансформуючи традиційні і створюючи нові бізнес-моделі, цифрова економіка ставить нові виклики перед менеджментом компаній, урядами держав, міжнародною спільнотою у галузі фінансів і оподаткування результатів господарської діяльності. Зокрема, традиційні показники ефективності компаній і принципи фінансової звітності були розроблені ще в доцифрову епоху і орієнтовані на капіталомістке промислове виробництво на основі переважно лінійної бізнес-моделі. Для сучасних цифрових компаній на основі мережевої бізнес-моделі важливу роль у створенні вартості відіграють дані користувачів і створений ними контент, які потребують особливого підходу до визначення і оподаткування доходів. А цифрова рента, генерована цифровим капіталом, впливає на ідентифікацію об'єкта оподаткування. Крім того, коли простір функціонування фірми більше не обмежується національними кордонами і місцем розташування її матеріальних активів, стає простіше оптимізувати оподаткування шляхом переведення доходів у податкові юрисдикції з низькими податковими ставками, загострюючи тим самим податкову конкуренцію між державами.

<sup>4</sup> BEPS – Base Erosion and Profit Shifting з англ. Розмивання податкової бази і виведення прибутку з-під оподаткування



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Bauer G., Bauer Fr., Deborah Sc., Sixt M. Corporate Income Tax Challenges Arising From Digitalised Business Models. March 7. 2019. URL: <https://ssrn.com/abstract=3348544> (дата звернення: 12.12.2020).
2. Turina A. The Progressive Policy Shift In The Debate On The International Tax Challenges Of The Digital Economy: A "Pretext" For Overhaul Of The International Tax Regime? *Computer Law & Security Review*, 36, 105382. 2020. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105382>, p1. (дата звернення: 12.12.2020).
3. Cooper M., Quyen T.K. Nguyen Multinational Enterprises And Corporate Tax Planning: A Review Of Literature And Suggestions For A Future Research Agenda. *International Business Review*. 2020. 29(3). DOI: 10.1016/j.ibusrev.2020.101692 (дата звернення: 12.12.2020).
4. Morinobu Shigeki. How Should the Digital Economy Be Taxed? URL: <https://www.nippon.com/en/in-depth/d00511/how-should-the-digital-economy-be-taxed.html> (дата звернення: 12.12.2020).
5. Okada Yosuke. Addressing the Policy Issues Raised by GAFA and Other Large Tech Firms? URL: <https://www.nippon.com/en/in-depth/d00500/addressing-the-policy-issues-raised-by-gafa-and-other-large-tech-firms.html> (дата звернення: 12.12.2020).
6. Вієцька О.В. Перспективи оподаткування прибутку від реалізації цифрових товарів та послуг в Україні. *Економіка промисловості*. 2019. № 2. С. 30–37.
7. Кошук Т.В. Шляхи вдосконалення оподаткування цифрових компаній. *Фінанси України*. 2019. № 10. С. 73–88.
8. Govindarajan V., Rajgopal Sh., Srivastava A. A Blueprint For Digital Companies` Financial Reporting. *Harvard Business Review*, 2018. August 3. URL: <https://hbr.org/2018/08/a-blueprint-for-digital-companies`-financial-reporting> (дата звернення: 12.12.2020).
9. Parker G., Van Alstyne M., Jiang X. Platform Ecosystems: How Developers Invert The Firm. *MIS Quarterly* Vol. 41. No. 1. P. 255–266.
10. Schneider R., Imaia J. User-Based Valuation of Digital Business Models. URL: [http://www.realopn.jp/data/jaros2019-schneider\\_user-based.pdf](http://www.realopn.jp/data/jaros2019-schneider_user-based.pdf) (дата звернення: 16.12.2020).
11. OECD (2019). An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation, OECD Publishing, Paris. 2019. URL: <https://doi.org/10.1787/53e5f593-en>. (дата звернення: 16.12.2020).
12. OECD (2018). Digitalisation, business models and value creation, in Tax Challenges Arising from Digitalisation. Interim Report 2018: Inclusive Framework on BEPS, OECD Publishing, Paris. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264293083-4-en> (дата звернення: 05.12.2020).
13. Пасквінеллі М. Цифровой неофеодализм: кризис сетевой политики и новая топология ренты. *Художественный журнал*. № 85. 2012. URL: <http://moscowartmagazine.com/issue/12/article/161> (дата звернення: 12.12.2020).
14. Bukh R., Heeks R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Global Development Institute working papers. No. 68. URL: <https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diwkppr68-diode.pdf> (дата звернення: 05.11.2020).
15. Govindarajan V., Rajgopal Sh., Srivastava A. Why we need to update Financial Reporting for the digital era. *Harvard Business Review*, 2018. June 8. URL: <https://hbr.org/2018/06/why-we-need-to-update-financial-reporting-for-the-digital-era> (дата звернення: 12.12.2020).
16. Financial statements analysis and common stock valuation. *Stock Analysis on Net*. URL: <https://www.stock-analysis-on.net/> (дата звернення: 12.12.2020).
17. The Premier Research Platform for Long Term Investors, Financial Statements Analysis And Common Stock Valuation. *Macrotrends*. URL: <https://www.macrotrends.net/> (дата звернення: 12.12.2020).
18. Tørsløv T., Wier L., Zucman G. The Missing Profits of Nations. URL: [https://missingprofits.world/?fbclid=IwAR0kEm6CQRZP3MdEBn1izAOMjp9SBQosAO9fk9IG6aJG0X4Rv1\\_89CfNuKo](https://missingprofits.world/?fbclid=IwAR0kEm6CQRZP3MdEBn1izAOMjp9SBQosAO9fk9IG6aJG0X4Rv1_89CfNuKo) (дата звернення: 12.12.2020).

## REFERENCES:

1. Bauer G., Bauer Fr., Deborah Sc., Sixt M. (2019). Corporate Income Tax Challenges Arising From Digitalised Business Models. March 7. Available at: <https://ssrn.com/abstract=3348544> (accessed 12 December 2020).
2. Turina, A. (2020). The Progressive Policy Shift In The Debate On The International Tax Challenges Of The Digital Economy: A "Pretext" For Overhaul Of The International Tax Regime? *Computer Law & Security Review*, 36, 105382. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105382>, p1.
3. Cooper M., Quyen T.K. (2020). Nguyen Multinational Enterprises And Corporate Tax Planning: A Review Of Literature And Suggestions For A Future Research Agenda. *International Business Review*, 29(3). DOI: 10.1016/j.ibusrev.2020.101692 (accessed 12 December 2020).

4. Morinobu Shigeki. How Should the Digital Economy Be Taxed? Available at: <https://www.nippon.com/en/in-depth/d00511/how-should-the-digital-economy-be-taxed.html> (accessed 12 December 2020).
5. Okada Yosuke. Addressing the Policy Issues Raised by GAFAs and Other Large Tech Firms? Available at: <https://www.nippon.com/en/in-depth/d00500/addressing-the-policy-issues-raised-by-gafa-and-other-large-tech-firms.html> (accessed 12 December 2020).
6. Viietska O. (2019). Perspektyvy opodatkuvannia prybutku vid realizatsii tsyfrovyykh tovariv ta posluh v Ukraini [Prospects of profit taxation from digital products realization and services in Ukraine]. *Economy of industry*, vol. 2, pp. 30–37. (in Ukrainian)
7. Koshchuk T. (2019). Shliakhy vdoskonalennia opodatkuvannia tsyfrovyykh kompanii [Ways to improve digital companies taxation]. *Finances of Ukraine*, vol. 10, pp. 73–88.
8. Govindarajan V., Rajgopal Sh., Srivastava A. (2018). A Blueprint For Digital Companies` Financial Reporting. *Harvard Business Review*, August 3. URL: <https://hbr.org/2018/08/a-blueprint-for-digital-companies`-financial-reporting> (accessed 12 December 2020).
9. Parker G., Van Alstyne M., Jiang X. Platform Ecosystems: How Developers Invert The Firm. *MIS Quarterly*, vol. 41, no. 1, p. 255–266.
10. Schneider R., Imaia J. User-Based Valuation of Digital Business Models. Available at: [http://www.realopn.jp/data/jaros2019-schneider\\_user-based.pdf](http://www.realopn.jp/data/jaros2019-schneider_user-based.pdf) (accessed 16 December 2020).
11. OECD (2019). An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation. Paris: OECD Publishing. Available at: <https://doi.org/10.1787/53e5f593-en> (accessed 16 June 2020).
12. OECD (2018). “Digitalisation, business models and value creation”, in Tax Challenges Arising from Digitalisation – Interim Report 2018: Inclusive Framework on BEPS. Paris: OECD Publishing. Available at: <https://doi.org/10.1787/9789264293083-4-en> (accessed 05 June 2020).
13. Paskvinelli M. (2012). Tsifrovoi neofeodalizm: krizis setevoi politiki i novaya topologiya renty [Digital neo-feudalism: the crisis of network policy and the new rent topology]. *Journal of Art*, vol. 85. Available at: <http://moscowartmagazine.com/issue/12/article/161> (accessed 12 December 2020). (in Russian)
14. Bukh R., Heeks R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. *Global Development Institute working papers*, no. 68. URL: <https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diwkppr68-diode.pdf> (accessed: 05 June 2020).
15. Govindarajan V., Rajgopal Sh., Srivastava A. (2018). Why we need to update Financial Reporting for the digital era. *Harvard Business Review* (electronic journal). Available at: <https://hbr.org/2018/06/why-we-need-to-update-financial-reporting-for-the-digital-era> (accessed: 12 July 2020).
16. Financial statements analysis and common stock valuation. Stock Analysis on Net. URL: <https://www.stock-analysis-on.net/> (accessed 12 December 2020).
17. The Premier Research Platform for Long Term Investors, Financial Statements Analysis And Common Stock Valuation. Macrotrends. URL: <https://www.macrotrends.net/> (accessed 12 December 2020).
18. Tørsløv T., Wier L., Zucman G. The Missing Profits of Nations. Available at: [https://missingprofits.world/?fbclid=IwAR0kEm6CQRZP3MdBn1izAOMjp9SBQosAO9fk9IG6aJG0X4Rv1\\_89CfNuKo](https://missingprofits.world/?fbclid=IwAR0kEm6CQRZP3MdBn1izAOMjp9SBQosAO9fk9IG6aJG0X4Rv1_89CfNuKo) (accessed 12 December 2020).