Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia nr 5/2016 (83), cz. 1

DOI: 10.18276/frfu.2016.5.83/1-08 s. 87–95

Strategia podatkowa szansą na poprawę konkurencyjności przedsiębiorstwa

Paulina Dębniak*

Streszczenie: *Cel* – Analiza strategii podatkowej pod kątem poprawy konkurencyjności przedsiębiorstwa. Ukazanie wpływu podatków na sytuację finansową przedsiębiorstwa, a w rezultacie na jego konkurencyjność względem innych przedsiębiorstw. W artykule scharakteryzowano pojęcie konkurencyjności przedsiębiorstw, omówiono znaczenie podatków z punktu widzenia konkurencyjności przedsiębiorstw, zwrócono uwagę na strategię podatkową jako jednej z elementów ogólnej strategii rozwoju przedsiębiorstwa oraz wskazano rodzaje strategii podatkowych.
Metodologia badania – Analiza literatury przedmiotu z zakresu prawa podatkowego, nauk ekonomicznych i nauk o zarządzaniu oraz opracowań z zakresu konkurencyjności przedsiębiorstw i strategii podatkowych.
Wynik – Odpowiednie zastosowanie strategii podatkowej w przedsiębiorstwie wpływa na jego rentowność, płynność, a w efekcie na konkurencyjność. Strategia podatkowa na płaszczyźnie przedsiębiorstwa nie ogranicza się do minimalizacji obciążeń podatkowych, ale jest zespołem działań, które mają na celu maksymalizację jego zysku po opodatkowaniu.
Oryginalność/wartość – W artykule zwrócono uwagę na strategię podatkową jako jeden z elementów strategii rozwoju przedsiębiorstwa. Poprzez zastosowanie strategii podatkowej przedsiębiorcy mogą zwiększyć konkurencyjność swoich przedsiębiorstw.

Słowa kluczowe: przedsiębiorca, konkurencyjność przedsiębiorstw, podatek, strategia podatkowa

Wprowadzenie

Funkcjonowanie przedsiębiorstwa, jego rozwój oraz konkurencyjność zależne są od wielu czynników wewnętrznych i zewnętrznych. Przedsiębiorstwa podczas prowadzenia działalności powinny nieustannie brać pod uwagę i analizować występujące warunki gospodarcze. Wpływ otoczenia zewnętrznego warunkuje szanse rozwoju przedsiębiorstwa oraz utrzymania się go na rynku, a jednym z czynników zewnętrznych jest polityka fiskalna państwa, która wywiera znaczący wpływ na sytuację finansową przedsiębiorstwa. Szczególną rolę odgrywa tu system podatkowy, który nakłada na przedsiębiorstwa liczne obciążenia podatkowe, w wyniku których przejmowana jest znaczna część przychodów osiąganych przez przedsiębiorstwo, co powoduje obniżenie wartości jego kapitału. Celem niniejszego artykułu jest ukazanie wpływu podatków na sytuację finansową przedsiębiorstwa, a w rezultacie na jego konkurencyjność względem innych przedsiębiorstw. W opracowaniu dokonano analizy strategii podatkowej pod kątem poprawy konkurencyjności przedsiębiorstwa.

* mgr Paulina Dębniak, Politechnika Gdańska, e-mail: pwk89@op.pl.

1. Konkurencyjność przedsiębiorstw

Pomimo iż pojęcie konkurencyjność jest bardzo popularnym terminem, często i chętnie używanym, zdaniem R. Wolańskiego (2013) próba jego zdefiniowania nastręcza wiele problemów. Dzieje się tak, ponieważ konkurencyjność nie jest cechą absolutną, czyli taką, którą można by określić bez odniesienia się do innych obiektów czy też systemów. Ponadto pojęcie to nabiera innego znaczenia w zależności od kontekstu, w jakim jest ono używane. „Konkurencyjność jest pojęciem nieostrym, relatywnym, przybierającym różną postać uwarunkowaną cechami, jakimi dysponują podmioty w określonym miejscu i czasie" (Wolański, 2013, s. 29). M. Gorynia (1998) podkreśla, iż konkurencyjność jako cecha relatywna charakteryzuje się tym, że istnienie jej zakłada występowanie pewnej relacji, która łączy dany obiekt (w przypadku niniejszego opracowania jest nim przedsiębiorstwo) z jakimś innym obiektem. W związku z powyższym, mówiąc o konkurencyjności danego przedsiębiorstwa, należy mieć na myśli to, czy dane przedsiębiorstwo jest bardziej, tak samo czy może mniej konkurencyjne w stosunku do innego przedsiębiorstwa, które stanowi dla niego punkt odniesienia.

Obecnie konkurencyjność jest jednym z podstawowych parametrów, który służy do oceny przedsiębiorstw. Jak podkreśla R. Kusa (2008), jest to jednocześnie parametr złożony, gdyż do jego oszacowania wymagane jest uwzględnienie licznych aspektów związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa.

Zdaniem R. Wolańskiego (2013) konkurencyjność uznać można za jeden z podstawowych celów podmiotów gospodarczych, a dążenie właściciela do poprawy konkurencyjności jest celem podporządkowanym rozwojowi przedsiębiorstwa oraz celowi wzrostu jego wartości rynkowej. W związku z powyższym, powołując się na słowa R. Wolańskiego, zaznaczyć należy, iż „dążenie przedsiębiorstwa do wzrostu konkurencyjności jest środkiem służącym rozwojowi przedsiębiorstwa".

Jak podkreśla T. Gruszecki (2002, s. 155), „rozwój przedsiębiorstwa jest długotrwałym i ukierunkowanym procesem zmian ilościowych i jakościowych". Również zauważa on, że rozwój przedsiębiorstwa związany jest z jego celem, który zgodnie z teorią neoklasyczną rozumiany jest jako maksymalizacja zysku. Neoklasyczna teoria zakłada ponadto istnienie w gospodarce stanu idealnej konkurencji, w której występuje wielu dostawców, którzy konkurują między sobą i jednocześnie żaden z nich nie ma wpływu na poziom cen. Podkreślić należy, iż maksymalizacja zysku przedsiębiorstwa w praktyce na rynku jest warunkiem jego przetrwania (Gruszecki, 2002, s. 156).

W związku z narastającym stopniem skomplikowania działalności gospodarczej konkurencyjność rozpatrywana powinna być w kontekście efektywności ekonomicznej oraz skuteczności i sprawności działania organizacji. Oceniając konkurencyjność przedsiębiorstwa, według T. Gruszeckiego (2002) należy brać pod uwagę wskaźniki efektywności mikroekonomicznej, czyli:

a) wyniki ekonomiczno-finansowe przedsiębiorstwa (zwłaszcza wynik finansowy netto);

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

b) źródła budowy potencjału konkurencyjności, do których zaliczyć możemy wszelkie inwestycje, innowacje czy wydatki na badania i rozwój;
c) sposoby kształtowania mikrootoczenia.

Wyżej wymienione wskaźniki określają pozycję przedsiębiorstwa rozumianą jako udział w rynku i jego siłę finansową, a także możliwości uzyskania trwałej przewagi względem konkurentów.

Szczegółowa analiza literatury przedmiotu wskazuje na różnorodność czynników wpływających na konkurencyjność przedsiębiorstw, co bezpośrednio wynika z omówionej wcześniej wielowymiarowości tego pojęcia. Czynniki te podzielić można na wewnętrzne i zewnętrzne. W dalszej części artykułu skupiono się na oddziaływaniu podatków jako czynnika zewnętrznego wpływającego na konkurencyjność przedsiębiorstwa.

2. Znaczenie podatków z punktu widzenia konkurencyjności przedsiębiorstw

Opodatkowanie przedsiębiorstw podporządkowane jest fiskalnej funkcji podatków, która z punktu widzenia władzy publicznej jest funkcją pierwotną i podstawową. Natomiast z perspektywy przedsiębiorstw funkcja ta znajduje swoje odzwierciedlenie w funkcji regulacyjnej, ponieważ jak podkreśla T. Famulska (2015, s. 138), „podatki regulują (in minus) poziom zasobów pieniężnych przedsiębiorstw, przy czym jest to regulacja: jednostronna, przymusowa, bezzwrotna i nieodpłatna".

Przedsiębiorstwa obciążone są różnymi podatkami, do których zaliczyć można między innymi:

– podatek dochodowy od osób fizycznych,
– podatek dochodowy od osób prawnych,
– podatek od towarów i usług,
– podatek akcyzowy,
– podatek od nieruchomości,
– podatek od środków transportowych.

Wyżej wymienione podatki podzielić można z punktu widzenia rachunkowości na podatki: kosztowe, przychodowe i dochodowe (Kaczmarek, 2011).

Zakres oddziaływania całego otoczenia podatkowego na podmiot gospodarczy jest uzależniony zarówno od charakteru prowadzonej działalności, jak i od ekonomicznej natury samego podatku, jego zakresu oraz sposobu regulacji prawnych wpływających na sposób ich stosowania i egzekwowania.

Analizując współczesny system podatkowy, zauważyć można, iż charakteryzuje się on wzrostem liczby obciążeń podatkowych oraz coraz bardziej postępującą, skomplikowaną konstrukcją poszczególnych podatków. Ponadto podatki tak samo jak i inne daniny o charakterze świadczenia przymusowego wpływają na zmniejszenie majątku przedsiębiorstwa, a nieuiszczenie ich prowadzi do przymusowej egzekucji prowadzonej przez organy skarbowe. Z tego też względu podatki stanowią parametry ekonomiczne, które wyznaczają wpływ

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

otoczenia zewnętrznego (podatkowego) na sytuację przedsiębiorstwa. Wpływ opodatkowania na osiągany przez przedsiębiorstwo wyniki finansowy jest wyraźny i jednoznaczny. Opodatkowanie przedsiębiorstwa zarówno podatkiem dochodowym, jak i podatkami obrotowymi zmniejsza zyski wypracowane przez przedsiębiorstwa, które znaczną część osiąganych dochodów odprowadzić muszą do urzędów skarbowych.

Rozpatrując skutki opodatkowania przedsiębiorstwa, po pierwsze, wyróżnić można skutki w zakresie jego płynności, które odnoszą się zarówno do podatków bezpośrednich (dochodowych) obniżających płynność przedsiębiorstwa, jak i podatków pośrednich, których oddziaływanie (zgodnie z teorią optymalizacji podatku) nie jest jednoznaczne. Podatki nałożone na przedsiębiorstwo wpływają również na obniżenie jego majątku, wywołując tak zwane skutki majątkowe, pomniejszając wartość jego kapitału własnego. Ponadto obciążenia fiskalne wywołują w przedsiębiorstwie skutki organizacyjne, do których zaliczana jest między innymi konieczność stworzenia własnego działu podatkowego bądź skorzystania z porady zewnętrznego doradcy podatkowego (Kudert, Jamroży, 2007, s. 18–21).

Jak zauważa T. Famulska, każde przedsiębiorstwo może przyjmować różne postawy wobec obciążeń podatkowych, w konsekwencji których występować będą zróżnicowane skutki zarówno dla fiskusa, jak i przedsiębiorstw. Do postaw tych zaliczyć można następujące zachowania i reakcje na podatek (Famulska, 1998, s. 23):

– uiszczenie należnego podatku,
– ucieczkę od opodatkowania,
– zastosowanie strategii podatkowej.

Przedsiębiorcy coraz częściej zwracają uwagę na obciążenia podatkowe i skutki ekonomiczne opodatkowania, tworząc kompleksowe plany świadomego ich ograniczenia poprzez katalog formuł decyzyjnych zawierających zarówno cele, jak i środki, które umożliwiają optymalizację obciążeń podatkowych (Griffin, 2013). Prawo podatkowe odgrywa istotną rolę w podejmowaniu strategicznych decyzji, które decydują o całokształcie prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności. Przedsiębiorca podejmuje decyzję o wyborze określonej, najdogodniejszej strategii podatkowej (zmierzającej do zredukowania obciążeń podatkowych, a także kosztów prowadzenia ewidencji oraz obsługi księgowej przedsiębiorstwa), która jest coraz częściej przedmiotem strategicznych działań przedsiębiorstwa (Gruziel, 2009).

Reakcja przedsiębiorstwa na otoczenie podatkowe, jak zauważa M. Poszwa, w praktyce nazywana jest w różnorodny sposób i wyróżnia on między innymi takie określenia, jak: controlling podatkowy, planowanie podatkowe, polityka podatkowa przedsiębiorstwa, strategia (taktyka) podatkowa czy też zarządzanie przez podatki.

3. Strategia podatkowa jako element strategii przedsiębiorstwa

W związku z tym, iż jak wykazano we wcześniejszej części niniejszego artykułu, podatki stanowią dla podmiotów gospodarczych istotne obciążenie, planowanie podatkowe zyskuje coraz większe znaczenie z punktu widzenia poprawy konkurencyjności przedsiębiorstwa. Zatem

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

istotne dla przedsiębiorstwa jest sformułowanie strategii podatkowej, której zasadniczym celem powinno być zminimalizowanie obciążeń podatkowych oraz podjęcie racjonalnych decyzji dotyczących polityki podatkowej przedsiębiorstwa przez kierownictwo. A. Mikrut i A. Poznańska (2009, s. 229) zauważają, iż „faktem jest, że utrzymanie się na rynku, sprostanie wymaganiom konkurencji i klientów zależy od wyboru odpowiedniej strategii. Ta zaś określa dla przedsiębiorstwa cele, jakie zamierza osiągnąć, oraz kierunek działania. Strategia podatkowa w swej istocie musi uwzględniać oraz wspierać ogólną strategię firmy".

J. Wiciślok (2013, s. 2) podkreśla, iż „optymalna podatkowo struktura działalności stanowi o przewadze konkurencyjnej", dlatego też zarządzanie i planowanie podatkowe przestaje być dla przedsiębiorców czymś wyjątkowym, lecz powoli staje się standardem. Pokusić się można również o stwierdzenie, że posiadanie przez przedsiębiorstwa odpowiedniej strategii podatkowej niebawem będzie koniecznością, gdyż specyfika rynku i konkurenci z branży, którzy osiągają dzięki niej lepsze wyniki finansowe, będą wymuszać na pozostałych przedsiębiorcach podejmowanie podobnych działań.

Stworzona i realizowana przez przedsiębiorstwo strategia podatkowa powinna być kompleksowym zbiorem celów oraz zadań przedsiębiorstwa przyczyniającym się do optymalizacji zobowiązań podatkowych, opóźnienia terminu ich wymagalności, a także ograniczenia ryzyka podatkowego (Ciupek, Famulska, 2013).

Opracowując strategię podatkową, przedsiębiorca powinien dokonać szczegółowej analizy zarówno konkretnych obciążeń podatkowych występujących w przedsiębiorstwie, jak i funkcjonowania całego systemu obciążeń.

Analiza całego systemu podatkowego oraz konkretnych zobowiązań podatkowych stanowi punkt wyjścia do określenia istoty problemów związanych z podatkami w przedsiębiorstwie, identyfikacji możliwości oraz zagrożeń związanych z minimalizacją obciążeń podatkowych, a także ryzyka podatkowego. To właśnie zmniejszenie ryzyka podatkowego oraz minimalizacja zobowiązań podatkowych stanowić powinny główny cel zarządzania podatkami w przedsiębiorstwie, a tym samym przedsiębiorstwo poprzez realizację przyjętej polityki podatkowej powinno mieć na uwadze ograniczenie ryzyka podatkowego oraz wszelkich wydatków podatkowych. Podstawą do wyboru odpowiedniej strategii podatkowej jest wówczas przede wszystkim poprawnie przeprowadzony rachunek ekonomiczny (Mikrut, Poznańska, 2009).

Przedsiębiorcy, chcąc wpłynąć na poprawę konkurencyjności swoich przedsiębiorstw, często stają przed dylematem wyboru pomiędzy planowaną inwestycją a ograniczeniem wydatków przedsiębiorstwa. Jednak jak podkreśla J. Wyciślok (2013) we wstępie swojej książki, nie zawsze ograniczenie wydatków musi być jednoznaczne z rezygnacją z planowanych inwestycji wpływających na poprawę konkurencyjności przedsiębiorstwa. Ponadto uważa on, że „w wielu przypadkach wystarczy skoncentrować się na optymalizacji podatkowej obciążeń okołopodatkowych, aby wygenerować oszczędności finansowe" (Wyciślok, 2013, s. 2).

Pamiętać jednak należy, iż wpływ systemu podatkowego i konkretnych podatków dla każdego przedsiębiorstwa będzie zróżnicowany i zależeć będzie od zakresu, siły oraz skali tego oddziaływania na jego funkcjonowanie. W związku z tym każde przedsiębiorstwo dokonać

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

musi właściwej oceny ekonomicznej swojej działalności, aby móc dokonać wyboru optymalnej strategii podatkowej, uwzględniając rodzaj działalności, sposób jej prowadzenia oraz rodzaj nałożonych na nie obciążeń podatkowych. Jak podkreśla M. Poszwa (2007), istotna jest zarówno identyfikacja wydatków podatkowych, jak i ryzyka podatkowego, ponieważ stanowi to podstawę do właściwego określenia istoty oraz zakresu zarządzania podatkami. Podobne stanowisko prezentują A. Mikrut i A. Poznańska (2009), które podkreślają, że w procesie formułowania strategii podatkowej przedsiębiorstwa pod uwagę należy wziąć między innymi takie elementy, jak wydatki podatkowe oraz ryzyko podatkowe. Jednak zwracają one również uwagę na samą identyfikację ogólnej strategii rozwojowej przedsiębiorstwa. Według tych autorek to właśnie ogólna strategia rozwojowa przedsiębiorstwa wraz ze składającymi się na nią strategiami funkcjonalnymi stanowi punkt wyjścia do stworzenia strategii podatkowej, która powinna być z nią spójna. Przyjęte w strategii rozwoju przedsiębiorstwa założenia i cele powinny być zweryfikowane poprzez związane z nimi wydatki podatkowe. Ponadto przedsiębiorca powinien dokonać analizy pod kątem możliwości wystąpienia ryzyka podatkowego oraz kosztów z nim związanych, a także wskazać wszelkie możliwości zminimalizowania tych kosztów. Przeprowadzenie powyższych działań pozwala na wybór optymalnej strategii podatkowej zapewniającej rozwój przedsiębiorstwa i maksymalizację jego zysków przy równoczesnym zachowaniu jego bezpieczeństwa.

4. Rodzaje strategii podatkowych

W poprzedniej części artykułu wyszczególniono różne reakcje przedsiębiorstwa na opodatkowanie. Przedsiębiorstwa do wyboru mają dwa przeciwstawne stanowiska: przyjęcie strategii konserwatywnej oraz zastosowanie strategii agresywnej (Mikrut, Poznańska, 2009).

Strategia konserwatywna charakteryzuje się tym, że przedsiębiorca dąży do wypełnienia obowiązków wynikających z zakresu opodatkowania, a jego celem jest unikanie sporów z administracją podatkową. Za istotę tej strategii uznaje się koncentrację przedsiębiorstwa na zapewnieniu jego bezpieczeństwa podatkowego poprzez zidentyfikowanie w prawidłowy sposób obowiązku podatkowego i bezbłędne ustalenie wysokości zobowiązania podatkowego. W przypadku strategii konserwatywnej przedsiębiorstwo nie podejmuje działań wyprzedzających, które mogłyby zmierzać do ustalenia fiskalnych skutków podejmowanych decyzji, ani nie dąży do znalezienia sposobów mających na celu zminimalizowanie ciężaru podatkowego.

Strategia agresywna natomiast charakteryzuje się tym, że przedsiębiorca będzie spełniać obowiązki fiskalne, a zarazem wykorzystywać będzie wszelkie możliwe szansy mogące zminimalizować wysokość obciążeń podatkowych. Strategia agresywna charakterystyczna jest dla przedsiębiorstw, które świadomie zarządzają podatkami. Decydując się na taki rodzaj strategii, przedsiębiorca powinien wziąć pod uwagę wszelkie ograniczenia, które wynikają z ogólnej strategii rozwoju przedsiębiorstwa, i wybrać sposób postępowania, którego realizacja pozwoli na osiągnięcie głównego celu przedsiębiorstwa przy możliwie jak najniższych obciążeniach podatkowych.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

Zauważyć należy, iż przedsiębiorstwo, wybierając zbyt ostrożne rozwiązania bądź też nie wykorzystując możliwości zminimalizowania ciężaru podatkowego, doprowadzić może do obniżonej opłacalności transakcji, obniżonej konkurencyjności oferowanych produktów, zwiększenia ogółu obciążeń podatkowych, zachwiania płynności finansowej podmiotu, co w konsekwencji prowadzi do pogorszenia pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa (Nadolska, 2012).

Najczęściej spotykane strategie podatkowe to procedury dotyczące takich aspektów, jak (Makuch, 2011):

a) forma organizacyjno-prawna (m.in. wybór osobowości prawnej, stworzenie grupy kapitałowej, opracowanie strategii struktury zatrudnienia);
b) wybór miejsca działalności, lokalizacja (np. raje podatkowe, specjalne strefy ekonomiczne);
c) koszty (m.in. stosowanie strategii wyceny rozchodu, wysokich kosztów, amortyzacji);
d) preferencje i zwolnienia podatkowe (np. darowizny na finansowanie działalności w zakresie badań i rozwoju);
e) wybór przedmiotu działalności (np. zmiana profilu działalności);
f) strategie o podłożu pozaekonomicznym (np. strategie polityczne).

Optymalna kombinacja powyższych elementów jest obszarem strategicznych decyzji przedsiębiorstwa i w istotnym stopniu wpływa na jego kondycję finansową oraz pozycję rynkową (Walicka, 2012).

Podkreślić należy, iż w przedsiębiorstwie optymalizacja podatkowa może się opierać zarówno na jednym, jak i na wielu kryteriach, a także obejmować tylko wybrane obszary działalności przedsiębiorcy bądź też posiadać lokalny lub międzynarodowy charakter. Ponadto dotyczy ona wszystkich faz egzystencji przedsiębiorstwa. Wdrażana jest ona już w momencie samego rozpoczynania działalności gospodarczej (wybór formy opodatkowania), jego organizacji, a następnie w całym okresie działalności (działalności bieżącej, inwestycyjnej), aż do jej zaniechania (procesu likwidacji podmiotu) (Wyrzykowski, 2015).

Uwagi końcowe

Jak ukazano w niniejszym artykule, podatki w przedsiębiorstwie wywierają wpływ na jego funkcjonowanie, jednak zakres ich oddziaływania zależy przede wszystkim od rodzaju obciążenia podatkowego oraz jego umiejscowienia w finansach przedsiębiorstwa. Ponadto należy mieć na uwadze, iż to, jakie skutki w sytuacji finansowej przedsiębiorstwa wywoływać będzie opodatkowanie, zależy od podejmowanych przez nie działań.

Najbardziej pożądane z punktu widzenia poprawy konkurencyjności jest zastosowanie przez przedsiębiorstwo strategii podatkowej spójnej z jego ogólną strategią rozwoju. Strategia podatkowa zawierać powinna szereg działań, dzięki którym przedsiębiorstwo będzie mogło minimalizować wydatki podatkowe, a jednocześnie ograniczać ryzyko podatkowe, co w rezultacie prowadzić powinno do poprawy efektywności przedsiębiorstwa.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

Przyjęcie przez przedsiębiorstwo odpowiedniej strategii podatkowej pozwala na jego sprawne i efektywne funkcjonowanie. Ponadto dzięki osiągniętym oszczędnościom podatkowym przedsiębiorstwo dysponuje większym kapitałem, co bezpośrednio wpływa na jego konkurencyjność.

Literatura

Ciupek, B., Famulska, T. (2013). *Strategie podatkowe przedsiębiorstw*. Katowice: Wyd. UE w Katowicach.

Famulska, T. (1998). *Odziaływanie systemu podatkowego na rynek finansowy*. Katowice: Wyd. AE w Katowicach.

Famulska, T. (2015). Reakcje przedsiębiorstw na obciążenia podatkowe (na przykładzie podatku od towarów i usług). *Optium. Studia Ekonomiczne*, *1* (73), 137–151.

Gorynia, M. (1998). Konkurencyjność przedsiębiorstwa – próba konceptualizacji i operacjonalizacji. *Zeszyty Naukowe*, *seria I*, *Strategia przedsiębiorstw w warunkach konkurencji międzynarodowej*, *266*, 9–30.

Griffin, R.W. (2013). *Podstawy zarządzania organizacjami*. Warszawa: PWN.

Gruszecki, T. (2002). *Współczesne teorie przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWN.

Gruziel, K. (2009). Istota i założenia optymalizacji podatkowej – wybrane aspekty. *Zeszyty Naukowe SGGW Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, *77*, 175–186.

http://uoo.univ.szczecin.pl/~marcink/index_pliki/pliki/publikacje/PB2.pdf (27.04.2016).

Kaczmarek, M. (2011). *Wykorzystanie polityki bilansowej w realizacji strategii podatkowej*. Pobrane z: http://uoo.univ.szczecin.pl/~marcink/index_pliki/pliki/publikacje/PB2.pdf (27.04.2016).

Kudert, S., Jamroży, M. (2007). *Optymalizacja opodatkowania dochodów przedsiębiorców*. Warszawa: Wolters Kluwer.

Kusa, R. (2008). Przyczynowo-skutkowy model konkurencyjności przedsiębiorstw. *Ekonomia Menedżerska*, *3*, 57–66.

Makuch, M.A. (2011). Wybór formy opodatkowania w podatku dochodowym od osób fizycznych jako element strategii podatkowej w małych przedsiębiorstwach. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, *667*, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, *40*, 47–57.

Mikrut, A., Poznańska, A. (2009). Strategia podatkowa przedsiębiorstwa. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, *2* (13), 2, 225–238.

Nadolska, A. (2012). *Zarządzanie ryzykiem podatkowym. Konieczność czy alternatywa dla skutecznego rozwoju polskich przedsiębiorców*. Pobrane z: http://knpf.ug.edu.pl/wp-content/publikacje/Aleksandra3.pdf (25.04.2016).

Poszwa, M. (red.). (2005). *Rozliczenia podatkowe przedsiębiorcy*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.

Poszwa, M. (2007). *Zarządzanie podatkiem w małej i średniej firmie*. Warszawa: C.H. Beck.

Walicka, M. (2012). Optymalizacja podatkowa w działalności gospodarczej małych przedsiębiorstw. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, *708*, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, *52*, 271–281.

Wolański, R. (2013). *Wpływ otoczenia finansowego na konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw*. Warszawa: Wolters Kluwer.

Wyciślok, J. (2013). *Optymalizacja podatkowe. Legalne zmniejszanie obciążeń podatkowych*. Warszawa: C.H. Beck.

Wyrzykowski, W. (2015). Optymalizacja podatkowa przedsiębiorców – granice prawa a granice bezpieczeństwa. *Zarządzanie i Finanse Journal of Management and Finance*, *13*, 3/2, 35–50.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

TAX STRATEGY AS AN OPPORTUNITY TO IMPROVE COMPETITIVENESS OF THE COMPANY

Abstract: *Purpose* – Analysis of tax strategies for improving the competitiveness of the company. Showing the impact of taxes on the financial situation of the company and, ultimately, its competitiveness in relation to other companies. The article describes the concept of the competitiveness of enterprises, discusses the importance of taxes in terms of the competitiveness of enterprises, it highlighted the strategy of tax as one element in the overall development strategy of the company and indicated types of tax strategies.
Design/methodology/approach – Analysis of the literature on tax law, economic sciences, management sciences and studies in the field of competitiveness of enterprises and tax strategies.
Findings – Appropriate use of tax strategy in the company affect its profitability, liquidity, and the effect on competitiveness. Tax strategy at company is not limited to minimize the tax burden, but the team activities, which are aimed at maximizing its profit after tax.
Originality/value – The article focuses on the strategy of tax as one of the elements of the development strategy of the company. Through the use of tax strategy, entrepreneurs can increase the competitiveness of their enterprises.

Keywords: entrepreneur, enterprise competitiveness, tax, tax strategy

Cytowanie
Dębniak, P. (2016). Strategia podatkowa szansą na poprawę konkurencyjności przedsiębiorstwa. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, *5* (83), 87–95. DOI: 10.18276/frfu.2016.5.83/1-08.