

УДК 338.85:663.55

**Є.О. Рядінський**,  
начальник відділу запобігання злочинам  
в паливно-енергетичному комплексі, сфері природних ресурсів,  
екології і фондового ринку Департаменту захисту економіки  
Національної поліції України, м. Київ

## СУТНІСТЬ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ МОНОПОЛІЇ НА ВИРОБНИЦТВО СПИРТУ

*У статті досліджено сутність державної фіскальної монополії на виробництво спирту. Розглянуто історичне підґрунтя створення та існування державних фіскальних монополій і регалій на прикладі Російської імперії та Радянського Союзу. Шляхом порівняльного аналізу понять державних фіскальних монополій та регалій визначено їх подібності та розбіжності. Доведено, що державна фіскальна монополія на виробництво та продаж алкогольних напоїв є історичним пережитком, який продовжує своє існування лише в декількох країнах переважно в силу історичної традиції, відноситься до неподаткових надходжень бюджету і не суттєво впливає на його формування та поповнення.*

**Ключові слова:** державна фіскальна монополія, регалії, виробництво спирту, приватні суб'єкти господарювання, доходи бюджету.

*В статтє исследована суть государственной фискальной монополии на производство спирта. Рассмотрено историческое основание образования и существования государственных фискальных монополий на примере Российской империи и Советского Союза. Путем сравнительного анализа понятий государственных фискальных монополий и регалий определены их сходство и различия. Доказано, что государственная фискальная монополия на производство и продажу алкогольных напитков является историческим пережитком, который продолжает свое существование только в некоторых странах преимущественно в силу исторической традиции, относится к неналоговым поступлениям в бюджет и не существенно влияет на его формирование и наполнение.*

**Ключевые слова:** государственная фискальная монополия, регалии, производство спирта, частные субъекты хозяйствования, доходы бюджета.

Державна фіскальна монополія (надалі – ДФМ) на виробництво спирту (“питна монополія”) має глибоке історичне коріння. За визначенням І.І. Янжула, фіскальні монополії виникли з регалій [1, с. 136]. Регалії (від лат. Regalis) – це промислові джерела доходів, якими держава користувалася виключно чи переважно для себе, не дозволяючи чи значно обмежуючи приватну конкуренцію [1, с. 137]. Оскільки основною формою державного устрою упродовж розвитку історії людства була монархія, за якої переважна більшість власності належала монарху (земля, водойми, ліси тощо), то основним джерелом наповнення казни були регалії. Д.Л. Львов наголошує, що у XVIII ст. не було ремесла чи товару, які б не були предметом регалій [2, с. 21].

В історії відомі соляні, поштові, тютюнові, лотерейні, телеграфні, порохіві регалії, регалії на виробництво пива та інші види регалій. Г.Г. Ячменєв зазначає, що за своєю суттю регалії як джерела державних доходів мали як приватноправові, так і публічно-правові ознаки: приватноправовий аспект полягав у тому, що держава діяла як звичайний суб'єкт господарювання – витрчала капітал, виконувала роботи на свій ризик, винаймала робітників тощо, тобто використовувала такі способи отримання доходів, як і приватні суб'єкти господарювання; публічно-правовий аспект – в тому, що держава, встановлюючи регалії, або взагалі забороняла таку ж діяльність іншим суб'єктам господарювання (знищувала приватну конкуренцію), або значно обмежувала її, встановлюючи монополійні ціни [3, с. 183].

Перша монополія в Росії на продаж “хлібного вина” та пива була введена за Івана III з 1448 до 1474 рр., і з того часу продаж алкогольних напоїв став царською

регалією [4, с. 94]. З часом “питна монополія” була замінена системою “відкупів” – передачею виробництва спирту від держави до приватних осіб, що “відкупили” таке право [5, с. 32]. За часів Петра I, право на виробництво алкогольної продукції знову перейшло у ведення держави [6, с. 28]. За правління Катерини II, у Статуті про винокуріння 1765 р. вперше було обґрунтовано застосування регалій на виробництво алкоголю: “...понеже питейная продажа есть издревле короне принадлежащая регалия... и сохранение оной есть тем большей важности, что тем избегаются всякие другие тягостные налоги; то обнадеживаем Мы будущих откупщиков, когда поверяемый им сей казенный торг исправно, честно и порядочно весту будут, Нашим Монаршим покровительством, повелевая питейную продажу именовать и почитать казенною, а откупщиков на время их откупу – коронными поверенными служителями...” [7, с. 27]. Регалії застосовувалися або шляхом продажу товарів (об’єктів регалій через спеціалізовані казенні магазини), або через введення системи відкупів, коли держава отримувала дохід у вигляді певної фіксованої на певний строк суми, розмір якої визначався на торгах, що проводилися державними органами [8, с. 243].

Доходи від торгівлі алкоголем завжди притягували увагу приватних осіб, які лобіювали власні інтереси, завдяки чому система “відкупу” знов поверталася, але з часом, для поповнення бюджетів, держава знову вдавалася до державної фіскальної монополії на виробництво або торгівлю алкоголем. Вся історія алкоголю в Російській імперії – це боротьба між приватними особами та державою за право виробляти та продавати алкогольні напої, за скасування ДФМ на виробництво та торгівлю алкогольними продуктами.

До ДФМ в Російській Федерації поверталися у 1817 р. (за ініціативою міністра фінансів Гурьєва), у 1893 р. (за ініціативою міністра фінансів С.Ю. Вітте) [9, с. 84]. Фіскальні доходи від введення монополії були суттєвими – у 1900 р. частка доходів від запровадження державної фіскальної монополії в Російській імперії складала 28 % бюджету, а в наступні роки “питна” монополія приносила в бюджет 1/3 доходів усього державного бюджету – до 500 000 000 рублів на рік [10, с. 51]. Якщо поглянути на це питання в історичній ретроспективі, всі успіхи економіки Російської імперії збігалися з встановленням регалій на алкогольну продукцію. І.І. Янжул розділяв регалії на три категорії: 1) регалії, в яких держава виступає як рівний партнер із суб’єктами господарювання, займаючись тими самими промислами і користуючись тими ж умовами виробництва, що і приватні особи, в яких воно не обмежує приватної конкуренції; 2) регалії, в яких держава або обмежує, або виключає приватну конкуренцію, і робить це в соціальних, політичних чи економічних інтересах суспільства, але не у фіскальних, побоюючись, що в приватних руках, при вільній конкуренції ці промисли не змогли б виконати свого призначення тією мірою, як того потребує суспільство, чи взагалі б прямо зашкодили суспільству (почтова, монетна, телеграфна регалії); 3) регалії, в яких обмеження приватної ініціативи обумовлюється фіскальними інтересами (принцип рентабельності виступає на перший план і єдиною метою встановлення монополії є отримання найбільшого доходу); лише вони є фіскальними [1, с. 138]. За визначенням автора, внаслідок переслідування виключно фіскальних інтересів ціни на товари, що є предметом ДФМ, можуть бути надзвичайно високими, по-перше, від прагнення отримати якнайбільший прибуток, по-друге, тому, що для держави будь-яке виробництво виходить дорожчим, ніж приватним підприємцям [1, с. 138–140].

У теорії фінансового права XIX ст. не проводилося розмежувань між регаліями та ДФМ як в російській, так і в зарубіжній науці – автори відносили до регалій всі фіскальні монополії та збори за користування казенними послугами, фактично, отожднюючи зазначені поняття, про що наголошується в наукових роботах як дореволюційних учених – М.М. Сперанського, З.П. Євзіна, Лотца, Умпельбаха, Вагнера, Пфейфера, Рау, Мальхуса, так і сучасних А.А. Соколова, Г.Г. Ячменєва. Е.М. Берендтс, аналізуючи історію застосування державних фіскальних монополій (регалій), зазначав, що на практиці отримали застосування дві форми таких монополій (регалій):

1) повна ДФМ (регалія) – коли держава має виключне право і на виробництво, і на реалізацію будь-якого товару, яка створювалася: а) шляхом утворення державних (казенних) підприємств з повним виробничим циклом та мережею збуту (така схема

є найбільш затратною для держави, але дозволяє забезпечити ефективний контроль над якістю продукції та отримання максимальної вигоди при встановленні високої монопольної ціни); б) шляхом монополії права на перероблення сировини та напівфабрикатів, виготовлення та поставка яких на казенні підприємства здійснювалася приватними підприємцями (наприклад, ДФМ у Німеччині 1918 р., коли державі надавалося виключне право ректифікації спирту та оптової торгівлі очищеним спиртом та горілкою, а винокурні заводи повинні були здавати спирт за певною, встановленою державою, ціною, при цьому встановлювався контингент поставки, який розповсюджувався між заводами, а викурювання більше за нього сплачувалося за заниженою ціною);

2) часткова ДФМ (регалія) – виключне право держави обмежувалося виключно реалізацією певного товару, а право на виробництво продукції належало приватному сектору, але держава зобов'язувала всіх виробників здавати їй на певних умовах всю вироблену продукцію, після чого реалізовувала її або через мережу державних магазинів, або як через державні, так і через приватні пункти реалізації за умови придбання “фіскальної” тари особливої ємності у держави, без якої продаж товару заборонявся (у такому випадку держава отримувала додатковий дохід у вигляді плати за “фіскальні” пляшки, розпоряджатися якими мала право виключно вона), а повторне використання цих пляшок для реалізації товару не допускалося (наприклад, винна монополія в Російській Імперії у 1894 р., коли реалізація алкогольних напоїв дозволялася виключно в “монопольній” тарі, запечатаній сургучем, об'єкти якої були різними – 1/200, 1/100, 1/20, 1/10, 1/4 відра; винна монополія в Швейцарії 1886 р., де виробництво алкоголю належало приватним особам, але увесь вироблений спирт потім потрібно було здати державі за фіксованими цінами) [11, с. 81]. Отже, за історією виникнення ДФМ є регалією – виключним правом держави на здійснення певних дій, тобто доходом неподаткового характеру.

За часів Радянського союзу ДФМ на виробництво та обіг алкогольної продукції також застосовувалася, проте її введення зумовлювалося не “правами корони на регалію”, а соціальними інтересами та турботою влади про населення, його здоров'я, боротьбою з самогоноварінням, пияцтвом та іншими негативними наслідками зловживання алкоголем. Так, ДФМ на виробництво та обіг алкогольної продукції була введена в серпні 1925 р. Постановою Президії ЦВК СРСР “Про виробництво спирту та спиртних напоїв та торгівлю ними” [9, с. 217] і офіційно у тезах Агітаційно-пропагандистського відділу ЦК ВКП(б) визнавалася як вимушений захід для боротьби з самогоноварінням та пияцтвом та для підтримання народного господарства [7, с. 246–248]. Проте з часом, як визначає Е.М. Дейчман, фіскальна мета державної фіскальної монополії на алкогольну продукцію в цій країні вийшла на перший план, відсунувши заявлену раніше мету боротьби з пияцтвом [12, с. 143]. Центрпромспирту належало виключне право розробки загального плану винокуріння та обліку викурювання спирту, розробки контингентів внутрішнього споживання та експорту спирту, виключне право реалізації спирту на зовнішніх ринках, виключне право на придбання та ректифікації (очищення) виробленого на території СРСР спирту та горілки.

У 1926 р. в бюджет СРСР надійшло 500 млн руб. від продажу алкогольної продукції, що складає суттєву суму, оскільки на державні капітальні витрати у Державному бюджеті на цей рік було заплановано 800 млн. руб. [12, с. 143]. З часом ДФМ стала одним з основних джерел доходу – в 1936 р. було вироблено спирту в 250 разів більше, ніж у 1919 р., з 1947 до 1949 рр. виробництво горілки збільшилося з 41,4 до 60 млн декалітрів, у 1956 р. – до 73 млн декалітрів, у 1958 – до 93 млн декалітрів, у 1962 – до 162 млн декалітрів, і, відповідно, зростав продаж горілки і доходи державного бюджету [12, с. 143]. Проте з 1964 р. відомості про виробництво та споживання горілки видаляються з видань, що призначалися для широкого кола читачів, і навіть не вказуються у статистичних збірниках “Народне господарство СРСР” (де з того часу розміщуються виключно відомості про виробництво вина). У радянських підручниках з фінансового права доходи від ДФМ не розглядалися, про них навіть не згадувалося, і лише у деяких джерелах є відомості, що надходження в бюджет від алкогольної продукції (за статтею “спиртні напої”) складали близько 20 млрд руб., тобто складали майже 40 % доходів бюджету [13; 14].

Важливість надходжень до бюджету від виробництва та обігу алкогольної продукції підтверджують результати проведеної в середині 80-х років боротьби з пияцтвом. Так, відповідно до Постанови ЦК КПРС від 07.09.1985 “Про заходи подолання пияцтва та алкоголізму” [15] скоротилося виробництво горілки – з 281 млн декалітрів у 1984 р. до 123 млн декалітрів у 1987 р., зменшилася кількість винних магазинів, було винищено галузь виноградарства та виноробства (що давала дохід 30 % від прибутку сільського господарства північних районів). За даними міністра фінансів СРСР В.С. Павлова, все це призвело до втрати 91,8 млрд руб., зростання дефіциту державного бюджету, підвищення цін та падіння економіки [7, с. 352].

З розпадом СРСР ДФМ виробництва та обіг алкогольної продукції збереглися не в усіх країнах. Приватний бізнес, прагнучи захопити найбільш прибуткові галузі, передусім, прагнув захопити галузь, пов'язану з виробництвом та обігом алкогольної продукції, відірвавши її від держави. Російська Федерація, Казахстан та інші країни, колишні республіки СРСР відмовилися від ДФМ. Крім цього, відмова від ДФМ є загальносвітовою тенденцією. Більшість країн відмовилися від ДФМ як від таких форм регулювання, що гальмують розвиток ринку, а в країнах, де, як і раніше, збереглися фіскальні монополії, вони існують як продовження історичної традиції, і доходи від їх надходження не є основним джерелом державного бюджету.

Так, сьогодні ДФМ на виробництво алкогольної продукції, крім України, зберігається у Швеції, Фінляндії, Німеччині, Білорусії, Туркменії, Латвії (на вино та міцні спиртні напої), Македонії, Швейцарії (виключно на міцні спиртні напої), Туреччині (виключно на міцні спиртні напої), Уругваї (виключно на міцні спиртні напої); ДФМ на продаж алкогольної продукції зберігається в Канаді, Франції (виключно оптовий продаж брендів), Ісландії (виключно роздрібний продаж), США (у 18 штатах введена державна монополія як на виробництво, так і торгівлю алкогольною продукцією) [243, с. 34]. Зарубіжний досвід переконує, що ДФМ на виробництво та продаж алкогольних напоїв є історичним пережитком, який продовжує своє існування лише в декількох країнах переважно в силу історичної традиції, відноситься до неподаткових надходжень бюджету і не суттєво впливає на його формування та поповнення.

До правової природи державної фіскальної монополії на виробництво та реалізацію алкогольної продукції науковці підходять:

як до “прихованого акцизу”, оскільки сума, що є різницею між ціною, яка б склалася на ринку за відсутності державної фіскальної монополії на виробництво і реалізацію алкогольної продукції, та ціною, яка встановлена державою, фактично представляє собою прихований непрямий податок, що включається в ціну товару [17];

як до системи державного адміністративного втручання в процеси виробництва та/чи обігу алкогольної продукції [18, с. 4];

як до доходу бюджету неподаткового характеру [3, с. 189].

Віднесення ДФМ до “скритих акцизів” на сучасному етапі не витримує критики, незважаючи на низку ототожнюючих аспектів (як, наприклад, те, що і ДФМ, і акцизи представляють собою надбавку до ціни товару, яка включається у вартість кінцевого продукту), але якщо покупець відмовляється від купівлі товару, то акциз у будь-якому разі надходить до бюджету (оскільки його сплачує виробник товару), а при ДФМ – нереалізований товар залишається у держави, яка не отримує прибуток, не відшкодовує витрати на виробництво чи реалізацію товару, а також несе додаткові витрати, пов'язані з необхідністю тривалого зберігання цього товару [3, с. 189]. Це і є однією з причин того, до ДФМ майже не застосовується на сучасному етапі, оскільки більш вигідним є справляння акцизного збору з виробників товару, ніж встановлення ДФМ на товар. Крім того, як вірно наголошують Г.Г. Ячменев, Н.В. Яковлева, ДФМ не відповідає таким ознакам податку, як обов'язковість (покупець може не купувати товар, що є предметом ДФМ, і ніхто не може примусити його купувати цей товар) та індивідуальна безвідплатність (купуючи товар та сплачуючи різницю в ціні, покупець отримує товар для задоволення своїх потреб) [3, с. 192; 17]. Крім цього, О.В. Кудряшова наполягає, що ДФМ не відповідає податковим ознакам з позицій того, що різниця між монопольною та ринковою ціною не є відчуженням

грошових коштів [19, с. 17]. Виходячи із зазначеного вище, підтримуємо зазначену позицію і наполягаємо, що не можна віднести ДФМ до непрямих податків. У сучасних умовах ДФМ втратили свою податкову сутність і представляють собою звичайні державні монополії на виробництво та обіг деяких товарів, а фіскальними вони називаються в силу історичної традиції. Г.Г. Ячменев зазначає, що ДФМ сприяє більш повному чи своєчасному наповненню бюджету коштами [3, с. 191], проте немає об'єктивних досліджень та статистичних підрахувань, які б довели його тезу.

Що стосується підходу до ДФМ як до системи державного адміністративного втручання в процеси виробництва та/чи обігу алкогольної продукції, то такий підхід притаманний науковим працям учених кінця XIX – початку XX ст. Так, А. фон Рутцен з цього приводу писав: “...призначена державою за її волею монополна ціна замінює збір, що стягується зі споживача, і в теорії обіцяє такі переваги: 1) держава при монополізованому виробництві отримує легку можливість надавати населенню продукти належної якості, а також регулювати обіг продукту відповідно до вимог; 2) держава може збільшувати свої доходи незалежно від розмірів оподаткування, отримуючи у власність доходи від виробництва та реалізації; 3) зменшуються витрати на стягнення податків, оскільки нагляд за казенними місцями виробництва чи продажу спрощуються у порівнянні з наглядом на приватними установам [20, с. 207]. Дійсно, в той період ціни на товари казенних підприємств не підлягали затвердженню парламентом (на відміну від податкових ставок), і можливість їх зміни була повністю підконтрольна представникам виконавчої влади, що дозволяло їм шляхом застосування не законодавчої, а адміністративної форми впливу (зміни ціни) збільшити доходи бюджету.

Отже, використовуючи ДФМ як єдиний захід державного адміністративного втручання в процеси виробництва та/чи обігу алкогольної продукції (не застосовуючи непрямих податків), держава упродовж століть вирішувала низку питань економічного та соціального характеру, проте на сучасному етапі подібний підхід є застарілим. На нашу думку, ДФМ можна визначити як дохід неподаткового характеру.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Янжул И.И. Основные начала финансовой науки : Учение о государственных доходах. М.: Статут, 2002. 555 с.
2. Львов Д. Промышленный налог и методы его установления в западноевропейских государствах и в России. Казань, Университетская типография, 1878. 367 с.
3. Ячменев Г.Г. Финансово-правовое регулирование производства и оборота алкогольной продукции: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2006. 290 с.
4. Кропоткин А.С. Очерк истории производства охмеляющих напитков. История винопития. Бахус. СПб.: Браск, 1994. 233 с.
5. Шепенко Р.А. Акцизы. М.: ДЕЛО, 2001. № 5. 211 с.
6. Бородин Д.И. Кабак и его прошлое. История винопития. Бахус. СПб.: Браск, 1994. 297 с.
7. Курукин И.В., Никулина Е.А. Государево кабацкое дело: очерки питейной политики и традиции в России. М.: ООО “Издательство АСТ”, 2005. 317 с.
8. Тарасов И.Т. Очерк науки финансового права. М.: Типография Императорского Университета, 1889. 307 с.
9. Кучерявенко Н.П. Курс налогового права: у 6 т. Харьков: Легас, 2002. Т. I: Генезис налогового регулирования: в 2 ч. Ч. 2. 417 с.
10. Пушкарева В.М. История мировой и русской финансовой науки и политики. М.: ИНФРА-М, 1996. 346 с.
11. Берендтс Э.Н. Русское финансовое право. СПб.: Типо-Литография С.-Петербургской одиночной тюрьмы, 1914. 287 с.
12. Дейчман Э.И. Алкоголизм и борьба с ним. М.–Л., 1929. 265 с.
13. Финансовое право / Под ред. Е.А. Ровенского. М.: Юридическая литература, 1971.
14. Советское финансовое право / Отв. ред. В.В. Бесчеревных, С.Д. Ципкин. М.: Юридическая литература, 1974.
15. О мерах по борьбе с алкоголизмом: Постановление ЦК КПСС от 07.09.1985. URL: <http://www.sovietwine.com/history/antialcogol.html> (дата звернення: 10.01.2018).
16. Панкратов С. Алкогольная монополия Швеции как модель здравоохранения. Время новостей. 2004. № 11. С. 12–15.
17. Яковлева Н.В. Монополия на алкогольную продукцию: экономическое содержание и перспективы использования в РФ. URL: <file:///C:/Users/Lera/Downloads/gosudarstvennaya-fiskalnaya-monopoliya-na-alkogolnuyu-produktsiyu-ekonomicheskoe-soderzhanie-i-perspektivy-ispolzovaniya-v.pdf> (дата звернення: 12.02.2018).
18. Иловайский С.И. Казенные монополии как способ обложения предметов потребления. Одесса, 1896. 266 с.

19. *Кудряшова Е.В.* Теоретическое и практическое значение категории “косвенные налоги” (финансово-правовое исследование): автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2004. 22 с.  
 20. *Лебедев В.А.* Финансовое право. 2-е изд. СПб.: Тип. А.М. Вольфа, 1889. – 314 с.

## REFERENCES

1. *Yanzhul, Y.Y.*, 2002, Osnovnye nachala finansovoi nauky: Uchenie o hosudarstvennykh dokhodakh. “The Main Foundations of Financial Science: The Doctrine of Government Revenues”. M.: Statute, 555 p.[in Russian].
2. *Lvov, D.*, 1878, Promyslovyi naloh i metody eho ustanovleniia v zapadnoevropeiskikh hosudarstvakh i v Rossii. “Industrial tax and methods for its establishment in Western European Countries and in Russia”. Kazan. 367 p. [in Russian].
3. *Yachmenev, H.H.*, 2006, Finansovo-pravovoe rehulirovanie proizvodstva i oborota alkoholnoi produktsii. “Financial and Legal Regulation of Production and Turnover of Alcoholic Beverages”: thesis...Candidate of Law. M., 290 p. [in Ukrainian].
4. *Kropotkin, A.S.*, 1994, Ocherk istorii proizvodstva okhmeliushchikh napytkov. Istoriya vinopitiia. Bacchus. “Sketch of the History of the Production of Hopping Drinks. The History of Wine Drinking. Bakhus”. SPb.: Brask., 233 p. [in Russian].
5. *Shepenko, R.A.*, 2001, Aktsizy. “Excise”. M.: DELO. 211 p. [in Russian].
6. *Borodin, D.Y.*, 1994, Kabak i eho proshloe. Istoriya vinopitiya. Bakhus. “Kabak and Its Past. The History of Wine Drinking”. SPb.: Brask. 297 p. [in Russian].
7. *Kurukin, I.V., Nikulina, E.A.*, 2005, Hosudarevo kabatskoe delo: ocherki piteinoi politiki i traditsii v Rossii. “Gosudarev Kabatsky Case: Essays Drinking Policy and Traditions in Russia”.M. 317 p. [in Russian].
8. *Tarasov, I.T.*, 1889, Ocherk nauki finansovoho prava.” Essay on the Science of Financial Law”. M. 307 p. [in Russian].
9. *Kucheryavenko, N.P.*, 2002, Kurs nalohovoho prava: v 6 t. T. I: Henezis nalohovoho rehulirovaniya: v 2 ch. Ch. 2. “Tax Law Course”: in 6 books. Kharkov. Vol. I: The Genesis of Tax Regulation: in 2 parts. Part 2. Kharkiv. 417 p. [in Russian].
10. *Pushkareva, V.M.*, 1996, Istoriya mirovoi i russkoi finansovoi nauki i politiki. “The History of World and Russian Financial Science and Politics”. M. 346 p. [in Russian].
11. *Berendts, E.N.*, 1914, Russkoe finansovoe pravo. “Russian Financial Law”. Spb, 287 p. [in Russian].
12. *Deichman, E.I.*, 1929, Alkoholizm i borba s nim. “Alcoholism and the Fight Against It”. M.–L. 265 p. [in Russian].
13. Finansovoe pravo. “Financial Law”/ editor E. A. Rovensky. M. 1971 [in Russian].
14. Sovetskoe finansovoe pravo. “Soviet Financial Law” / editors V.V. Bescherevnykh, S.D. Tsyppkin. M., 1974 [in Russian].
15. O merakh po borbe s alkoholizmom: Postanovleniye TsK KPSS ot 07.09.1985. “About Measures to Combat Alcoholism: Resolution of the Central Committee of the CPSU from 09.07.1985”. URL: <http://www.sovietwine.com/history/antialcogol.html> (Date of Application: 10.01.2018) [in Russian].
16. *Pankratov, S.*, 2004, Alkoholnaya monopoliya Shvetsii kak model zdravookhraneniya. “Alcoholic Monopoly of Sweden as a Health Care Model” Vremia novostei 11, 12–15. [in Russian].
17. *Yakovleva, N.V.* Monopoliya na alkoholnuyu produktsiyu: ekonomicheskoe sodержanie i perspektivy ispolzovaniya v RF. “The Monopoly on Alcohol Products: the Economic Content and Prospects for use in the Russian Federation”. file:///C:/Users/Lera/Downloads/gosudarstvennaya-fiskalnaya-monopoliya-na-alkogolnuyu-produktsiyu-ekonomicheskoe-soderzhanie-i-perspektivy-ispolzovaniya-v.pdf. (Date of Application: 02.02.2018) [in Russian].
18. *Ilovaiskiy, S.I.*, 1896, Kazennye monopolii kak sposob oblozheniya predmetov potrebleniya. “Public Monopolies as a Method of Taxation of Consumer Goods”. Odesa. 266 p. [in Russian].
19. *Kudryashova E.V.*, 2004, Teoreticheskoe i prakticheskoe znachenie katehorii “kosvennye nalohi” (finansovo-pravovoe issledovanie). “Theoretical and Practical Significance of the Category “Indirect Taxes” (financial and legal research)”: abstract of thesis ... Candidate of Law. M. 22 p. [in Russian].
20. *Lebedev, V.A.*, 1889, Finansovoe pravo. “Financial Right”. SPb. 314 p. [in Russian].

UDC 338.85:663.55

**Y.O. Riadinskyi,**

Head of the Department of Prevention of Crimes in Fuel and Energy  
 Complex, Sphere of Natural Resources,  
 Ecology and Stock Market of the  
 Department of Economic Protection of the  
 National Police of Ukraine, Kyiv

## THE ESSENCE OF THE STATE FISCAL MONOPOLY FOR THE PRODUCTION OF ALCOHOL

Paper studies the essence of the state fiscal monopoly on the production of alcohol. In the context of the paper, “state fiscal monopolies” are considered as industrial sources

of income, which the state manufactures exclusively or mainly for itself, not allowing or significantly restricting private competition. “Regalia” as the main sources of execution of the monarchy state system, from which arose fiscal monopolies.

The historical background of the creation and existence of state fiscal monopolies and regalia on the example of the Russian Empire and the Soviet Union is considered. Due to comparative analysis of the concepts of state fiscal monopolies and regalia, their similarities and differences are determined. It is emphasized that in the financial law of the nineteenth century no distinction was made between regalia and state fiscal monopolies because in the history of the emergence of the state fiscal monopoly is a regalia – the exclusive right of the state to take certain actions – non-tax revenue.

It was emphasized that from the end of the XIX up to the beginning of the XX century the prices for goods of state-owned enterprises were not subject to approval by the parliament (unlike tax rates), therefore the possibility of their increase was fully controlled by the representatives of the executive branch, which made it possible to increase budget revenues by applying not a legislative but an administrative form of influence (price changes). By use of such means of state administrative intervention in the processes of production and / or circulation of alcohol products (without the use of indirect taxes), the state during centuries solved a number of economic and social issues, however, at the present stage, such an approach is obsolete. In our opinion, state fiscal monopolies can be defined as non-tax revenue.

It was stated that state fiscal monopolies hinder the development of the market, while incomes from their revenues are not the main source of the state budget; therefore, the rejection of state fiscal monopolies is a global trend. The position is maintained that state fiscal monopolies cannot be attribute to indirect taxes. In modern conditions, they have lost their tax essence and are ordinary state monopolies on the production and circulation of certain goods.

It is proved that the state fiscal monopoly on the production and sale of alcoholic beverages is a historical remnant, which continues to exist only in several countries, mainly due to historical tradition, and relates to non-tax revenues and does not significantly affect its formation and replenishment.

**Keywords:** state fiscal monopoly, regalia, alcohol production, private business entities, budget revenues.

Отримано 14.05.2018