

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Кафедра фінансів, обліку і оподаткування

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ
СТАН ТА ВЕКТОРИ ОПТИМІЗАЦІЇ**

(на матеріалах ТОВ «Приватреклама», м. Чернівці)

Студента 2 курсу, 702 групи
денної форми навчання
спеціальності 072 «Фінанси,
банківська справа, страхування та
фондовий ринок»
освітньої програми
«Фінансовий моніторинг та
податковий менеджмент»

Калинюка
Андрія
Богдановича

Науковий керівник
к.е.н., доцент

Малярчук
Олексій
Васильович

В.о. завідувача кафедри
к.е.н., доцент

Багрій
Конон
Леонідович

Чернівці 2025

АНОТАЦІЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Студента Калинюка Андрія Богдановича

Кафедра фінансів, обліку і оподаткування

Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Тема роботи: Оподаткування підприємств в Україні: сучасний стан та вектори оптимізації.

Анотація

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретико-методологічні засади оподаткування підприємств в Україні та визначено роль податкової системи у формуванні умов розвитку бізнесу. Розкрито сутність податкової політики, принципи її побудови, механізми податкового впливу та особливості регулювання підприємницької діяльності в умовах сучасних трансформацій.

Здійснено комплексний аналіз податкового навантаження ТОВ «Приватреклама» у 2022–2024 роках. Досліджено структуру та динаміку обов'язкових платежів підприємства. Проаналізовано взаємозв'язок податкових зобов'язань із фінансовими результатами діяльності, ліквідністю, рентабельністю та структурою капіталу. Окреслено основні ризики податкового характеру, пов'язані з нерівномірністю грошових потоків, ризиками блокування податкових накладних та особливостями адміністрування ПДВ.

Запропоновано напрями оптимізації податкового менеджменту ТОВ «Приватреклама», а також шляхи підвищення ефективності податкової політики України в контексті підтримки бізнесу. Розглянуто перспективи подальшої імплементації міжнародних стандартів і створення стабільного, передбачуваного податкового середовища. Сформульовано практичні рекомендації щодо покращення податкового регулювання на рівні підприємства і держави.

Кваліфікаційна робота викладена на 60 сторінках комп'ютерного тексту. Складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

Ключові слова: оподаткування підприємств, податкова політика, ПДВ, податок на прибуток, ЄСВ, податкове навантаження, фінансово-майновий стан.

The summary

The qualification work examines the theoretical and methodological foundations of corporate taxation in Ukraine and identifies the role of the tax system in shaping the conditions for business development. The study reveals the essence of tax policy, the principles of its formation, the mechanisms of tax influence, and the specific features of regulating entrepreneurial activity under current economic transformations.

A comprehensive analysis of the tax burden of LLC “Privatreklama” for 2022–2024 has been conducted. The structure and dynamics of the enterprise’s mandatory payments are examined. The interrelation between tax obligations and key financial indicators—such as performance results, liquidity, profitability, and capital structure—has been analyzed. The main tax-related risks are outlined, including uneven cash flows, risks associated with the blocking of VAT invoices, and particularities of VAT administration.

The study proposes directions for optimizing the tax management of LLC “Privatreklama” as well as measures to improve the effectiveness of Ukraine’s tax policy in supporting business development. The prospects for further implementation of international standards and the creation of a stable and predictable tax environment are considered. Practical recommendations are formulated to enhance tax regulation at both the enterprise and national levels.

The qualification work is presented on 60 pages of computer text. It consists of an introduction, three sections, conclusions and proposals, a list of sources used and appendices.

Keywords: corporate taxation, tax policy, VAT, corporate income tax, unified social contribution, tax burden, financial condition.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	7
1.1. Економічна сутність, функції та принципи оподаткування підприємств	7
1.2. Система оподаткування підприємств в Україні: види податків та механізми впливу	10
1.3. Податкове регулювання підприємницької діяльності та напрями його розвитку	14
Висновки до розділу 1	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ОПОДАТКУВАННЯ НА ФІНАНСОВО- МАЙНОВИЙ СТАН ТОВ «ПРИВАТРЕКЛАМА» У 2022- 2024 РОКАХ	19
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Приватреклама»	19
2.2. Аналіз справляння обов'язкових платежів ТОВ «Приватреклама»	23
2.3. Вплив оподаткування на результати фінансово- господарської діяльності ТОВ «Приватреклама»	28
Висновки до розділу 2	32
РОЗДІЛ 3. ВЕКТОРИ ОПТИМІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	35
3.1. Сучасні виклики та проблеми податкової системи України у контексті функціонування підприємств	35
3.2. Шляхи оптимізації податкового навантаження ТОВ «Приватреклама»	38
3.3. Напрями вдосконалення податкової політики України в контексті підтримки бізнесу	42
Висновки до розділу 3	46
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми. Податкове середовище є одним із головних факторів, що визначають умови функціонування та розвиток підприємств в Україні. Постійні зміни податкового законодавства, коливання фіскального навантаження, цифровізація податкового адміністрування та зовнішні економічні виклики формують потребу в оновлених підходах до організації податкової роботи на підприємствах. Від рівня передбачуваності й обґрунтованості податкової політики залежить здатність бізнесу планувати фінансові результати, підтримувати інвестиційну активність і забезпечувати стабільність грошових потоків. У цьому контексті питання оптимізації податкового навантаження, підвищення ефективності податкового менеджменту та мінімізації податкових ризиків залишаються надзвичайно актуальними.

Теоретико-методологічні підходи та прикладні аспекти оподаткування підприємств відображені у працях широкого кола українських дослідників, серед яких Бондарук О.М., Василик О.Д., Вірт М.Я., Іванов Ю.Б., Кізима Т.О., Клепанчук О.Ю., Крисоватий А.І., Опарін В.М., Павлюк К.В., Покоłodна М.М., Соколовська А.М., Федосов В.М., Юрій С.І. та інші. Попри значний науковий доробок, постійні зміни податкових норм, ризики нестабільності правового поля, а також зростання ролі цифрових технологій в адмініструванні податків формують нові виклики для суб'єктів господарювання. Тому дослідження сучасного стану оподаткування підприємств і розроблення практично орієнтованих рекомендацій щодо його оптимізації мають високу наукову й прикладну значимість.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є комплексне дослідження теоретичних і практичних аспектів оподаткування підприємств в Україні, аналіз податкового навантаження та податкових ризиків ТОВ «Приватреклама», а також обґрунтування напрямів оптимізації податкової політики та податкового менеджменту на рівні підприємства і держави.

Для досягнення поставленої мети у роботі необхідно вирішити такі завдання:

1. Розкрити теоретико-методологічні основи оподаткування підприємств та визначити його роль у фінансовій системі держави.
2. Дослідити сутність і механізми податкової політики, проаналізувати її вплив на економічну активність підприємств.
3. Охарактеризувати сучасну систему оподаткування підприємств в Україні, визначити ключові податкові інструменти та проблеми їх застосування.
4. Надати організаційно-економічну характеристику ТОВ «Приватреклама» та оцінити основні фінансові показники підприємства.
5. Проаналізувати податкове навантаження підприємства, його структуру та динаміку за основними видами податків.
6. Оцінити вплив податків на фінансово-майновий стан ТОВ «Приватреклама», визначити податкові ризики та їхні наслідки.
7. Визначити проблеми податкового менеджменту підприємства та обґрунтувати шляхи оптимізації оподаткування на рівні ТОВ «Приватреклама».
8. Сформулювати пропозиції щодо удосконалення податкового регулювання підприємств в Україні, враховуючи міжнародні стандарти, зокрема BEPS.

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єкт дослідження — система оподаткування підприємств в Україні.

Предмет дослідження — механізми оподаткування, податкове навантаження та їхній вплив на фінансово-економічні показники ТОВ «Приватреклама».

Методи дослідження. У роботі застосовано методи наукового абстрагування, аналізу та синтезу для розкриття теоретичних засад оподаткування підприємств. Фінансово-економічний стан ТОВ «Приватреклама» досліджувався із використанням економіко-статистичних методів: горизонтального й вертикального аналізу, порівняння динаміки,

табличного та графічного узагальнення. Для оцінювання податкового навантаження та податкових ризиків застосовано методи коефіцієнтного аналізу, структурного групування та порівняльно-описовий підхід.

Інформаційну базу становлять наукові праці українських та зарубіжних авторів, нормативно-правові акти з питань оподаткування, офіційні дані Державної податкової служби України, а також фінансова та податкова звітність ТОВ «Приватреклама».

Наукова новизна. Наукова новизна роботи полягає в уточненні теоретичних підходів до оцінювання впливу податків на діяльність підприємств та у розробці практичних рекомендацій щодо оптимізації податкового навантаження ТОВ «Приватреклама».

Практичне значення. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання рекомендацій щодо оптимізації податкового навантаження ТОВ «Приватреклама», а також у формуванні пропозицій для удосконалення державної податкової політики із урахуванням потреб малого та середнього бізнесу.

Публікації. За результатами дослідження опубліковано наукову статтю на тему «Система оподаткування підприємств в Україні: види податків та механізми впливу» (Збірник студентських наукових праць, випуск XXXVI, 2025). Результати дослідження апробовано на студентській науковій інтернет-конференції іноземними мовами у рамках міжнародного проєкту «Зв'язки між теорією та практикою в транскордонній освіті в Румунії та Україні» з доповіддю на тему «Tax incentives for investment activities of enterprises in the war and post-war period» (27.05.2025 р. Україна, м. Чернівці, ЧТЕІ ДТЕУ).

Обсяг та структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Основний текст роботи викладено на 52 сторінках, що містять 7 таблиць та 6 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

1.1. Економічна сутність, функції та принципи оподаткування підприємств

Оподаткування підприємств є одним із фундаментальних елементів фінансової системи держави та визначає характер взаємодії між публічним сектором і бізнесом. У науковій літературі ця категорія розглядається як складне соціально-економічне явище, що охоплює процес примусового вилучення частини доходів суб'єктів господарювання з метою фінансування суспільних потреб. Проте, попри очевидність базового визначення, економічна сутність оподаткування підприємств трактується дослідниками неоднозначно, що зумовлює наявність широкого спектра наукових позицій.

Представники класичного фіскального підходу — зокрема Василик О.Д. та Павлюк К.В. [7, с. 129] — розглядають податки насамперед як форму перерозподілу валового продукту, що забезпечує фінансову основу функціонування держави. Вони підкреслюють, що податки мають виконувати чітко визначене завдання: стабільно наповнювати бюджет, формуючи ресурсну базу для виконання державних функцій. На їхню думку, надмірне ускладнення регулятивної складової податкової системи здатне знижувати її ефективність, адже відхиляє механізм оподаткування від його первинної фіскальної природи.

На відміну від цього, значна група сучасних українських дослідників — серед яких Кізіма Т.О. [21], Клепанчук О.Ю. [22], Покологна М.М. [42] — наголошує, що податки вже давно перестали бути виключно джерелом формування бюджету. У межах регулятивної концепції податки розглядаються як активний інструмент державного впливу на економічну поведінку підприємств, їхній інвестиційний вибір, розвиток інновацій та модернізацію виробництва. Згідно з цим підходом, рівень, структура та механізм справляння

податків можуть стимулювати або, навпаки, стримувати розвиток бізнесу, що робить податкову систему важливою частиною інституційного середовища (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Порівняльна характеристика основних дослідницьких підходів до економічної сутності податків

Аспект порівняння	Фіскальний підхід	Регулюючий підхід
Ключове призначення податків	Формування дохідної частини бюджету; забезпечення державних функцій	Вплив на економічну активність; стимулювання інвестицій та розвитку
Основні прихильники в українській науці	Василик О.Д., Павлюк К.В., Опарін В.М., Соколовська А.М.	Кізима Т.О., Клепанчук О.Ю., Покоloodна М.М., Краус Н.М.
Ступінь втручання держави в економічні процеси	Мінімальний, спрямований на вилучення ресурсів	Активний, орієнтований на формування цільових стимулів
Ризики підходу	Надмірне податкове навантаження, обмеження розвитку підприємств	Викривлення конкуренції, надмірне використання податкових пільг
Переваги підходу	Передбачуваність надходжень, стійкість бюджету	Адаптивність податкової системи, можливість підтримки пріоритетних галузей
Роль у сучасних умовах	Визначальна в періоди кризи	Посилюється з розвитком інновацій, МСП та цифрової економіки

Полеміка між прихильниками фіскального та регулятивного підходів відображає еволюцію ролі податків у ринковій економіці. Якщо прихильники фіскального підходу підкреслюють важливість стабільних надходжень і обережність у наданні пільг (Соколовська А.М. [47, с. 68]), то прибічники регулятивної концепції звертають увагу на потребу адаптації податкових механізмів до динаміки економічного середовища, особливо в умовах цифровізації та глобальної конкуренції (Краус Н.М., Краус К.М. [27, с.13]).

У наукових дослідженнях прийнято виділяти кілька функцій податків, однак для підприємств ключового значення мають саме фіскальна й регулююча. Саме їхній взаємозв'язок визначає напрям і силу впливу податкової системи на умови господарювання.

Фіскальна функція є базовою і передбачає формування доходів бюджету через вилучення частини доходів підприємств. На думку Василика О.Д. [7, с. 139], саме стабільність фіскальних надходжень є критерієм ефективності податкової системи, оскільки вона забезпечує передбачуваність фінансової політики держави. Подібної позиції дотримується й Опарін В.М. 999, який наголошує, що фіскальна функція має пріоритет у періоди економічної нестабільності, оскільки держава потребує ресурсів для підтримання макроекономічної рівноваги та соціальної інфраструктури.

Разом із тим, критики домінування фіскального підходу (зокрема, Кізима Т.О. [21, с. 127]) застерігають, що надмірна орієнтація держави на бюджетне наповнення може призводити до посилення податкового тиску на бізнес, зменшення інвестиційної активності та погіршення фінансової стійкості підприємств. Таким чином, фіскальна функція потребує збалансованості, оскільки надмірна концентрація на ній може мати довгострокові негативні наслідки для економічного розвитку.

Регулююча функція полягає у тому, що держава через податки здатна впливати на напрямки економічної активності підприємств. Пільги, диференційовані ставки, амортизаційна політика, податкові стимули для інновацій — усе це інструменти, що дозволяють модифікувати фінансову поведінку суб'єктів господарювання.

Клепанчук О.Ю. та Вірт М.Я. [22, с. 84] розглядають податки як засіб формування сприятливих умов для малого та середнього бізнесу, підкреслюючи, що регулятивний потенціал податків здатен компенсувати структурні диспропорції економіки. Подібної думки дотримується Покоłodна М.М. 101010, яка зазначає, що через податкові стимулювання держава може підтримувати інноваційну та інвестиційну діяльність, що є критично важливим у період економічних трансформацій.

Разом із тим, ряд авторів наголошують, що регулятивні можливості податків мають свої межі. Терещенко О.О. [50, с. 57] звертає увагу на те, що надмірне використання податкових стимулів може призвести до спотворення

конкурентного середовища, тоді як Колос І.М. [25, с. 60] підкреслює, що регулятивна функція повинна супроводжуватися високим рівнем прозорості та цифрової готовності податкової системи.

Принципи оподаткування є нормативними орієнтирами, що визначають зміст податкової політики. До них належать загальність, рівність, стабільність, економічність, нейтральність, доступність і соціальна справедливість. Соколовська А.М. [47, с. 234] наголошує, що саме ці принципи забезпечують логічну цілісність податкової системи й дозволяють уникати надмірного фіскального тиску.

Однак частина науковців вказує на необхідність їх переосмислення. Так, Іванов Ю.Б. та Карлін М.І. [18, с. 129] підкреслює важливість посилення принципу справедливості, тоді як сучасні цифрові трансформації, на думку Краус Н.М. та Краус К.М. [27, с. 14], вимагають закріплення принципу технологічної сумісності та прозорості фіскальних процедур.

Таким чином, економічна сутність оподаткування підприємств формується під впливом двох ключових підходів — фіскального та регулятивного, які в сучасній українській науковій думці не протиставляються, а взаємодоповнюють один одного. Це підкреслює необхідність побудови податкової системи, що одночасно забезпечує достатність бюджетних ресурсів і створює сприятливе середовище для розвитку бізнесу. Саме поєднання цих складових формує основу податкової політики, що здатна відповідати сучасним викликам і підтримувати економічну стійкість держави.

1.2 Система оподаткування підприємств в Україні: види податків та механізми впливу

Система оподаткування підприємств в Україні формується як складний, багатокомпонентний механізм, який поєднує в собі нормативні, організаційні та економічні інструменти впливу держави на фінансово-господарську діяльність суб'єктів бізнесу. У сучасних умовах вона відіграє ключову роль у забезпеченні

бюджетних надходжень, стимулюванні ділової активності та формуванні передумов економічного розвитку. Водночас українська модель оподаткування вирізняється високим рівнем динамічності, що зумовлено постійними змінами законодавства, інтеграційними процесами та адаптацією до міжнародних стандартів.

Наукова думка щодо оптимальної структури податкової системи є неоднорідною. Частина авторів, зокрема Соколовська А.М. [47, с. 67], наполягає на важливості збереження чіткої ієрархії податків — загальнодержавних та місцевих — що дозволяє забезпечити передбачуваність і системність податкового середовища. Інші дослідники, зокрема Кізима Т.О. [21, с. 89], звертають увагу на те, що формальна класифікація не завжди відображає реальний вплив податків на підприємства, адже визначальним є не рівень їх встановлення, а економічна суть та взаємозв'язок з господарськими процесами.

Структура оподаткування підприємств в Україні охоплює прямі, непрямі та соціальні податки, що відрізняються за об'єктом оподаткування, механізмом нарахування та економічною природою впливу на діяльність бізнесу (табл. 1.2).

Таблиця 1.2.

Структура системи оподаткування підприємств в Україні та її економічний вплив

Група податків	Основні податки	Економічна сутність	Ключовий вплив на підприємства
1	2	3	4
Прямі податки	Податок на прибуток; податок на землю; податок на нерухомість	Вилучають частину фінансового результату або вартості активів	Впливають на інвестиційні рішення; структуру витрат; мотивацію до оновлення основних засобів
Непрямі податки	ПДВ; акцизний податок	Оподатковують споживання; включаються в ціну товарів і послуг	Зменшують ліквідність; формують касові розриви; впливають на рентабельність та кінцеву ціну
Соціальні внески	Єдиний соціальний внесок (ЄСВ)	Фінансують соціальні фонди; залежать від фонду оплати праці	Визначають рівень витрат на персонал; впливають на рішення щодо зайнятості

Продовження табл. 1.2

1	2	3	4
Місцеві податки	Єдиний податок (для спрощенців), податок на майно, туристичний збір	Формують місцеві бюджети; встановлюються громадами	Можуть створювати регіональні відмінності у податковому навантаженні
Рентні платежі	Плата за користування надрами, лісами, водними ресурсами	Компенсують використання природних ресурсів	Впливають на собівартість у галузях із ресурсною залежністю

До основних прямих податків, що справляються з підприємств, належать податок на прибуток та податок на землю. Податок на прибуток є одним з ключових інструментів перерозподілу фінансового результату діяльності підприємств. Як зазначає Покоłodна М.М. [42, с. 164], його вплив не обмежується фіскальною роллю: механізм коригувань фінансового результату на податкові різниці здатен модифікувати підходи підприємства до облікової політики, управління витратами та інвестиційних рішень.

Дослідники не єдині у визначенні оптимальної ролі податку на прибуток. Одні (наприклад, Лисяк Л.В., Каламбет С.В. [29, с. 157]) підкреслюють, що його частка у структурі податкових надходжень повинна бути стабільною, оскільки це один з найпередбачуваніших податків у період стабільного економічного зростання. Інші, такі як Терещенко О.О. [50, с. 58], наголошують, що податок на прибуток в умовах воєнного часу та низької рентабельності підприємств може мати надмірно стримувальний ефект, особливо для галузей зі значною часткою витрат.

Найбільш вагомим непрямим податком в Україні є податок на додану вартість (ПДВ), який, згідно з позицією Василика О.Д. [7, с. 297], виконує роль універсального інструмента регулювання споживчого ринку і водночас забезпечує значний обсяг бюджетних надходжень. Його механізм передбачає перенесення податкового навантаження на кінцевого споживача, проте для підприємств ПДВ є складним у частині адміністрування.

Науковці, зокрема Краус Н.М., Краус К.М. [27, с. 15], підкреслюють, що значна частина проблем ПДВ пов'язана не з економічною сутністю податку, а з

технічними аспектами його адміністрування — блокуванням податкових накладних, помилками в роботі СМКОР, затримками відшкодування. Ці фактори формують додаткові фінансові ризики для підприємств, особливо тих, що працюють із великим обсягом оборотних активів.

Ще одним елементом податкової системи, що безпосередньо впливає на підприємства, є єдиний соціальний внесок (ЄСВ). Він не належить до податків у класичному значенні, проте його фіскальне навантаження є суттєвим. На думку Колоса І.М. [25, с. 60], ЄСВ має подвійний характер: з одного боку, забезпечує соціальні гарантії, з іншого — підвищує собівартість продукції та витрати на персонал.

У науковій дискусії простежується розбіжність щодо оптимального рівня ЄСВ. Частина дослідників (зокрема, Кізима Т.О. [21, с. 163]) вважає нинішній рівень ставки прийнятним, адже його зменшення призведе до дефіциту Пенсійного фонду. Натомість інші (Підгірна Л.С. [39, с. 13]) вказують, що зниження ЄСВ може стимулювати детінізацію ринку праці та збільшити офіційні доходи працівників.

Податкова система впливає на підприємства як через пряме вилучення доходів, так і через регулюючий вплив на економічну поведінку суб'єктів бізнесу. Серед основних механізмів впливу виділяють:

1. Ціновий механізм: податки впливають на формування цін, собівартість продукції та конкурентоспроможність підприємства. ПДВ і акцизи є ключовими інструментами цього механізму.

2. Інвестиційний механізм: податок на прибуток через амортизаційну політику та податкові пільги формує стимули для оновлення основних засобів і розвитку виробництва. Позицію про важливість цього механізму висловлюють Клепанчук О.Ю. [22, с. 189] та Поколотна М.М. [42, с. 153].

3. Механізм впливу на ліквідність та оборотний капітал: проблеми адміністрування ПДВ можуть створювати штучні касові розриви.

4. Механізм впливу на трудові витрати: ЄСВ визначає рівень витрат підприємства на персонал і може впливати на рішення щодо автоматизації, скорочення чи розширення штату.

5. Механізм податкового ризику: Недосконалість норм або їх часті зміни формують для підприємств непередбачувані ризики.

Таким чином, система оподаткування підприємств в Україні є складним багаторівневим механізмом, який поєднує фіскальні та регулятивні інструменти впливу. Її ефективність визначається здатністю забезпечити не лише надходження до бюджету, але й створити передумови для розвитку бізнесу, інвестицій та інноваційної діяльності. Сучасні наукові дискусії щодо оптимальності структури податків відображають потребу у подальшому вдосконаленні податкової політики відповідно до нових економічних реалій та міжнародних стандартів.

1.3. Податкове регулювання підприємницької діяльності та напрями його розвитку

Податкове регулювання підприємницької діяльності вважається однією з найбільш багатовимірних складових економічної політики держави. Через систему податків держава формує не лише бюджетні ресурси, а й ті інституційні умови, у яких підприємства приймають рішення щодо інвестицій, вибору ринкових стратегій, оновлення основних засобів чи навіть утримання персоналу. Саме тому в сучасній економічній науці податкове регулювання трактується не як технічний набір правил, а як складний механізм, що визначає характер взаємодії між державою та бізнесом. У цьому сенсі податки виступають не стільки фінансовим обтяженням, скільки своєрідною “мовою політики”, через яку уряд транслює свої економічні пріоритети та бачення розвитку країни.

У науковому середовищі існує різноманіття підходів до трактування сутності податкового регулювання. Наприклад, Мельник М.І. та Лободіна О.М.

вважає податкове регулювання інструментом вибудовування “архітектури” економічного зростання, наголошуючи, що через податки держава може коригувати темпи й пропорції розвитку окремих секторів економіки [33, с. 153]. Водночас Буряченко А.Є. звертає увагу не стільки на економічний зміст регулювання, скільки на його процедурну основу: науковець підкреслює, що ефект будь-якого податкового рішення суттєво залежить від того, наскільки прозоро й однозначно воно адмініструється в податковій практиці [33, с. 25]. З іншого боку, Луніна І.О. наголошує на тому, що податкове регулювання має розглядатися в широкому контексті державної економічної політики, адже саме через податки формуються стимули для легальної діяльності, детінізації та розвитку підприємництва [30, с. 125].

Одним із найважливіших інструментів регулятивного впливу виступає система податкових пільг. Їх роль у розвитку підприємництва є предметом тривалої наукової полеміки. Частина дослідників, серед яких Пилипенко О.Є. [41, с. 28] та Галамай Р.Я. [8, с. 179], розглядають пільги як необхідний елемент підтримки економічного зростання, особливо у галузях, де стартові інвестиційні витрати є високими або де інноваційний цикл потребує додаткових стимулів. На їх думку, пільги виконують роль коректора ринкових диспропорцій, дозволяючи бізнесу долати бар’єри входу у технологічно складні сфери, наприклад інформаційні технології, креативні індустрії чи наукомістке виробництво.

Натомість опоненти такого підходу, серед яких Терещенко О.О. [50, с. 58] та Соколовська А.М. [47, с. 394], наголошують, що більшість пільг у реальній практиці не досягає декларованої мети. На їхню думку, податкові преференції нерідко створюють можливості для вибіркових переваг, що може призводити до розмивання конкурентних принципів та зниження прозорості ринку. У цьому контексті значна частина пільг сприймається як інструмент, який не стільки стимулює розвиток окремих галузей, скільки ускладнює податкове адміністрування й зменшує надходження до бюджету без очевидної компенсації у вигляді збільшення економічної активності.

Проміжну позицію займають дослідники, які пропонують так званий селективний підхід до податкових пільг. Йдеться про те, що податкові стимули повинні надаватися лише тим підприємствам чи секторам, ефективність яких може бути об'єктивно доведена через економічні моделі, показники мультиплікатора зайнятості чи приросту доданої вартості. Саме таку позицію висловлюють Дяченко Л.І. [13, с. 17] та Крисоватий А.І. [28, с. 117], підкреслюючи, що пільги стають продуктивними лише тоді, коли вони вмонтовані в широку систему стратегічного планування розвитку економіки. Таким чином, у науковій дискусії формується своєрідний консенсус: податкові пільги можуть бути ефективними, але лише за умови системного підходу, прозорих критеріїв надання та чітких індикаторів результативності.

Особливої актуальності набуває питання відповідності українського підходу до податкового регулювання європейським практикам. У країнах ЄС корпоративне оподаткування ґрунтується на принципах нейтральності, стабільності та мінімізації адміністративних бар'єрів. Як зазначає Галамай Р.Я. [8, с. 165], європейська модель корпоративного оподаткування зорієнтована на те, щоб податки якомога менше викривляли економічну поведінку підприємств. Подібної думки дотримується Колос І.М., який наголошує на тому, що європейський підхід передбачає не так стимулювання певних видів діяльності, як створення передбачуваного та однакового для всіх підприємств середовища [25, с. 162]. Це дозволяє бізнесу планувати свою діяльність у довгостроковій перспективі, що є критично важливим для інвестиційних рішень.

Паралельно з гармонізацією корпоративного оподаткування з ЄС в Україні поступово впроваджуються міжнародні стандарти прозорості та електронізації податкового адміністрування. Насамперед ідеться про стандарти BEPS, спрямовані на запобігання розмиванню податкової бази, та SAF-T — універсальний формат електронних даних для податкового аудиту. Впровадження цих інструментів істотно змінює взаємодію між бізнесом та податковими органами: цифровізація зменшує вплив людського чинника, прискорює обмін інформацією, підвищує точність контролю, а також створює

умови для зменшення ризиків ухилення від оподаткування. Луцик І.М. [31, с. 38] зазначає, що інтеграція України до міжнародного податкового простору відкриває можливості для підвищення прозорості та довіри до податкової системи, хоча водночас вимагає від бізнесу значних адаптаційних зусиль.

У цілому, податкове регулювання в сучасній економіці не може розглядатися як технічна сукупність норм. Це — складна система економічних сигналів, інституційних рішень і процедурних механізмів, які формують характер розвитку підприємницького середовища. Наукова полеміка щодо сутності податкових інструментів, їх ефективності та відповідності європейським стандартам свідчить про багатогранність цієї проблематики та потребу в подальшому поглибленні теоретичних і методологічних підходів.

Висновки до розділу 1

Аналіз наукових джерел засвідчив, що податки в сучасній економіці неможливо трактувати лише як інструмент наповнення бюджету. Вони виступають важливим елементом державного впливу на умови господарювання, формують стимули економічної поведінки підприємств та визначають їхню здатність до інвестицій, модернізації та розвитку.

Наукова дискусія про природу оподаткування характеризується двома головними підходами — фіскальним і регулятивним. Перший зосереджується на забезпеченні бюджетної стабільності та наголошує на необхідності прогнозованих податкових надходжень. Другий підхід підкреслює, що податки можуть виступати дієвим інструментом стимулювання економічної активності, впливаючи на інноваційність підприємств, їх інвестиційні рішення і структуру витрат. У сучасних умовах ці підходи не протиставляються, а, навпаки, взаємодоповнюють один одного, формуючи комплексну логіку податкової політики.

Структура оподаткування підприємств в Україні охоплює прямі, непрямі та соціальні податки, кожна з яких впливає на бізнес різними каналами. Прямі

податки пов'язані з фінансовими результатами підприємств і визначають їхні інвестиційні можливості. Непрямі податки, насамперед ПДВ, є ключовими для формування цін та ліквідності, а проблеми їх адміністрування можуть створювати суттєві фінансові ризики. Соціальні внески впливають на витрати підприємств на персонал і часто стають предметом дискусій щодо оптимального рівня навантаження на ринок праці.

Податкове регулювання являє собою складну систему економічних і адміністративних інструментів. Значне місце в цьому механізмі займають податкові пільги, щодо ефективності яких у науковому середовищі триває тривала полеміка. Одні дослідники наголошують на їхній здатності стимулювати інновації та розвиток стратегічних галузей, інші — на ризиках викривлення конкуренції та втрат бюджету за відсутності належного контролю. Утім, поступово формується позиція, що ефективне застосування пільг можливе лише за умови їх селективності та прозорого оцінювання результативності.

Важливою рисою сучасної системи оподаткування є те, що вона розвивається під впливом міжнародних тенденцій. Україна інтегрує стандарти прозорості та цифровізації, включаючи BEPS та SAF-T, що змінює характер взаємодії між підприємствами й податковими органами. Цифрові інструменти, електронний аудит та ризикоорієнтовані системи підсилюють прозорість, зменшують адміністративні витрати та підвищують вимоги до якості обліку в бізнес-середовищі.

Узагальнюючи результати розділу, можна стверджувати, що податкова система виступає складним інституційним середовищем, яке формує рамкові умови для прийняття підприємствами фінансових та стратегічних рішень. Визначені у розділі теоретичні положення створюють основу для проведення подальшого прикладного аналізу оподаткування конкретного суб'єкта господарювання та оцінки впливу податкових інструментів на його фінансово-майновий стан.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ОПОДАТКУВАННЯ НА ФІНАНСОВО-МАЙНОВИЙ СТАН ТОВ «ПРИВАТРЕКЛАМА» У 2022-2024 РОКАХ

2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Приватреклама»

ТОВ «Приватреклама» є малим підприємством, що здійснює діяльність у сфері рекламних послуг. Відповідно до КВЕД 73.11, основним видом діяльності підприємства є надання послуг рекламних агентств, що охоплює розробку рекламних концепцій, підготовку креативних матеріалів, медіапланування, розміщення реклами в різних каналах комунікації та супровід рекламних кампаній клієнтів. Підприємство зареєстроване у м. Чернівці, має організаційно-правову форму товариства з обмеженою відповідальністю та відноситься до категорії малих підприємств, що підтверджується як обсягами діяльності, так і середньою чисельністю персоналу (4 особи у 2023–2024 рр.).

Специфіка ринку рекламних послуг зумовлює певні особливості функціонування підприємства. По-перше, діяльність у цій сфері має яскраво виражений проектний характер: значна частина доходів формується за рахунок виконання окремих замовлень, тривалість та бюджет яких можуть суттєво відрізнятися. По-друге, попит на рекламні послуги істотно залежить від загального стану ділової активності: у періоди економічної нестабільності підприємства-замовники переглядають маркетингові бюджети, що безпосередньо впливає на обсяг контрактів рекламних агентств. По-третє, конкурентне середовище формується не лише традиційними гравцями, а й фриланс-сегментом та цифровими платформами, що вимагає від підприємства гнучкості, здатності пропонувати комплексні рішення та підтримувати високу якість сервісу.

Попри зазначені ризики, фінансові результати ТОВ «Приватреклама» у 2022–2024 роках свідчать про досить успішну адаптацію до ринкового середовища (табл.2.1).

Таблиця 2.1

**Основні фінансові показники діяльності ТОВ «Приватреклама» у
2022–2024 роках, тис. грн.**

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Абсолют. відх. 2024/2022	Відносне відхилення 2024/2022, %
Чистий дохід від реалізації	13012	16155	23458	+10445,3	+80,3
Фінансовий результат до оподаткування	3093,8	3110,3	6054,1	+2960,3	+95,7
Чистий прибуток	2536,9	2550,4	4964,4	+2427,5	+95,7
Власний капітал (на кінець року)	1255,5	888,7	1331,3	+75,8	+6,0
Поточні зобов'язання (на кінець року)	2340,7	1244	1037	-1303,7	-55,7
Необоротні активи	273,7	266,1	274,9	+1,2	+0,4
Оборотні активи	3322,5	1866,6	2093,4	-1229,1	-37,0
Валюта балансу	3596,2	2132,7	2368,3	-1227,9	-34,1

Протягом аналізованого періоду підприємство демонструє стале зростання обсягів діяльності та збереження високого рівня прибутковості. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2022 році становив 13012,3 тис. грн, у 2023 році він зріс до 16154,9 тис. грн (на 24,2% або на 3,1 млн. грн.), а у 2024 році – до 23457,6 тис. грн. (на 45,2% або на 7,3 млн. грн.). Таким чином, можна констатувати не лише постійне нарощування виручки, а й певне прискорення темпів її зростання, що, ймовірно, пов'язано з розширенням клієнтської бази, збільшенням обсягів реалізованих послуг та частковим переглядом цінової політики.

Фінансові результати діяльності підприємства підтверджують його здатність не просто забезпечувати відтворення, а й генерувати значний прибуток. Фінансовий результат до оподаткування у 2022 році становив 3093,8 тис. грн, у 2023 році – 3110,3 тис. грн, а у 2024 році зріс до 6054,1 тис. грн.

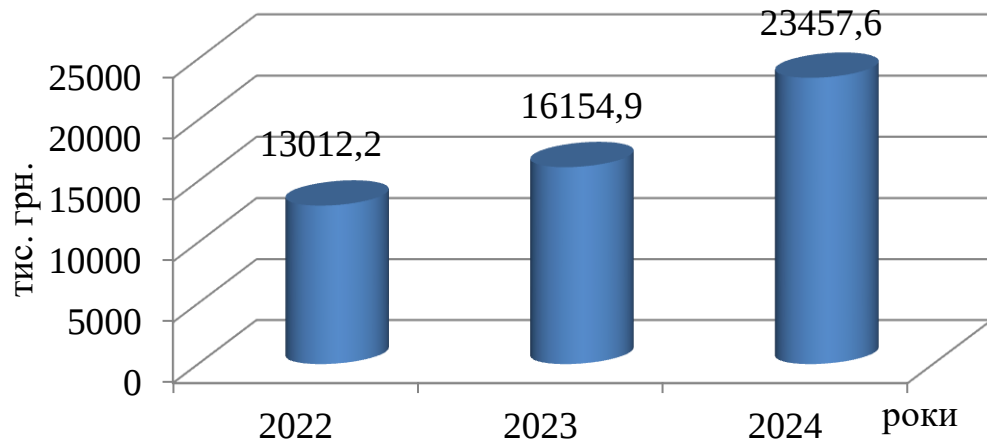


Рис. 2.1. Динаміка чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «Приватреклама» у 2022-2024 роках

Чистий прибуток відповідно становив 2536,9; 2550,4 та 4964,4 тис. грн. Тобто у 2022–2023 роках прибутковість перебувала на стабільно високому рівні, а у 2024 році відбулося суттєве посилення прибутковості, що свідчить про покращення операційної ефективності та, ймовірно, оптимізацію структури витрат. Можна припустити, що підприємству вдалося поєднати розширення обсягів послуг із контролем собівартості, що, у свою чергу, позначилося на зростанні чистого фінансового результату (рис. 2.2).

Структура активів ТОВ «Приватреклама» відповідає характеру діяльності підприємства як учасника ринку нематеріальних послуг. У складі активів домінують оборотні ресурси, насамперед запаси та грошові кошти. Станом на кінець 2022 року загальна вартість активів становила 3596,2 тис. грн, з яких 3322,5 тис. грн припадало на оборотні активи й 273,7 тис. грн – на необоротні. У 2023 році обсяг активів на кінець періоду становив 2132,7 тис. грн, а у 2024 році – 2368,3 тис. грн, при цьому частка необоротних активів коливалася в межах 11–13 % (266,1–274,9 тис. грн), решта припадала на оборотні активи. Така структура є типовою для підприємств сфери послуг, де основними ресурсами виступають не стільки матеріальні фонди, скільки людський капітал, портфель замовлень і грошові потоки.

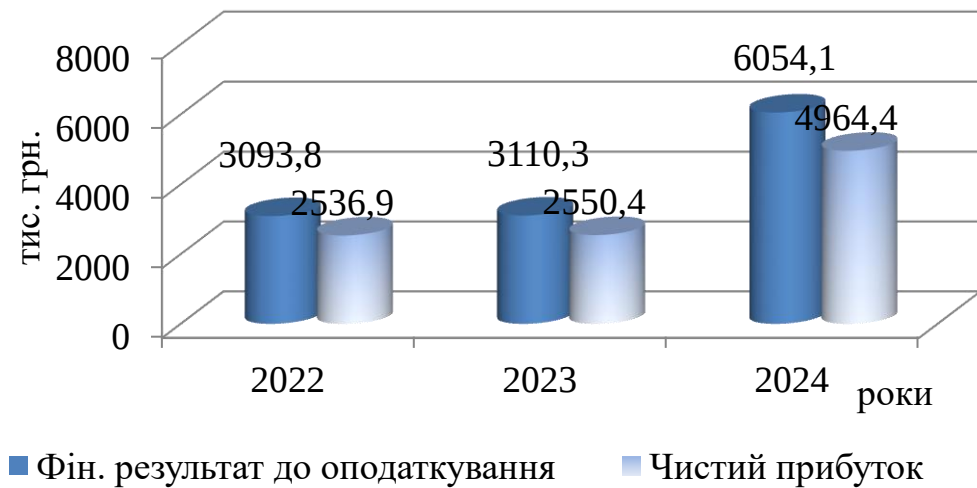


Рис. 2.2. Динаміка показників прибутковості ТОВ «Приватреклама» у 2022-2024 роках

У пасиві балансу визначальною є роль власного капіталу та короткострокових зобов'язань. Станом на кінець 2022 року власний капітал підприємства становив 1255,5 тис. грн, тоді як поточні зобов'язання – 2340,7 тис. грн. У 2023 році обсяг власного капіталу зменшився до 888,7 тис. грн, що, зокрема, пов'язано з виплатою дивідендів або іншими формами використання прибутку попередніх років, тоді як у 2024 році він зріс до 1331,3 тис. грн. Поточні зобов'язання за цей час скоротилися з 1244,0 до 1037,0 тис. грн. Таким чином, упродовж 2022–2024 років відбувається поступове зміцнення позицій власного капіталу та зниження залежності від короткострокових джерел фінансування, що в цілому можна оцінити як позитивну тенденцію.

Узагальнюючи організаційно-економічну характеристику ТОВ «Приватреклама», можна зробити кілька проміжних висновків, важливих для подальшого аналізу. По-перше, підприємство функціонує в специфічному сегменті ринку, де поєднуються висока конкуренція та залежність від загального стану економіки, але й існують значні можливості для росту завдяки розширенню спектра послуг і розвитку цифрових каналів комунікації. По-друге, за результатами 2022–2024 років підприємство демонструє стійке зростання обсягів реалізації та суттєве посилення прибутковості, що створює передумови для активного інвестування у власний розвиток. По-третє,

структура активів і джерел їх формування свідчить про поступове зміцнення фінансових позицій, що є важливим підґрунтям для аналізу податкового навантаження та оцінки його впливу на фінансово-майновий стан підприємства у наступних підрозділах.

2.2. Аналіз справляння обов'язкових платежів ТОВ «Приватреклама»

Податкові платежі є одним із ключових зовнішніх чинників, що формують фінансову поведінку підприємства. Для ТОВ «Приватреклама» податкова система не лише визначає розмір обов'язкових вилучень із доходів, але й впливає на вибір цінової політики, структуру витрат, темпи зростання та внутрішню модель планування грошових потоків. Важливо підкреслити, що рекламна діяльність належить до галузей із високою оборотністю коштів, значною часткою операційних витрат та нерівномірністю надходжень, тому податки можуть мати досить відчутний вплив на ліквідність підприємства. Саме тому аналіз обов'язкових платежів має на меті не лише оцінити їхній обсяг, а й визначити тенденції, фактори впливу та інституційні особливості, які формують податковий профіль компанії.

У структурі податків підприємства домінують ПДВ (40,5% - 52,7%) та податок на прибуток (40,8% - 51,8%). Останній є особливо важливим для оцінювання результативності діяльності підприємства, оскільки його величина напряму залежить від отриманого фінансового результату. Єдиний соціальний внесок характеризує кадрову політику підприємства та рівень витрат на персонал, а плата за землю має локальний, але стабільний характер. Узагальнені дані подано у табл. 2.2. Дані структурного аналізу (табл. 2.2) дають змогу виокремити низку закономірностей, що характеризують податковий профіль підприємства:

Таблиця 2.2

**Структура основних податків ТОВ «Приватреклама» у 2022–2024 рр.,
тис. рн.**

Податок	2022		2023		2024	
	Тис. грн	%	Тис. грн	%	Тис. грн	%
ПДВ	719,1	52,7	496,2	43,8	851,4	40,5
Податок на прибуток	556,9	40,8	559,9	49,4	1089,7	51,8
ЄСВ	89,8	6,6	95,8	8,5	105,1	5,0
Плата за землю	5,8	0,4	6,1	0,5	6,7	0,3

1. Зменшення частки ПДВ свідчить про більш швидке зростання прибутку порівняно з обсягами обороту. Це є ознакою підвищення ефективності діяльності.

2. Питома вага податку на прибуток у 2024 році (51,8 %) є високою, що характерно для підприємств зі значною рентабельністю.

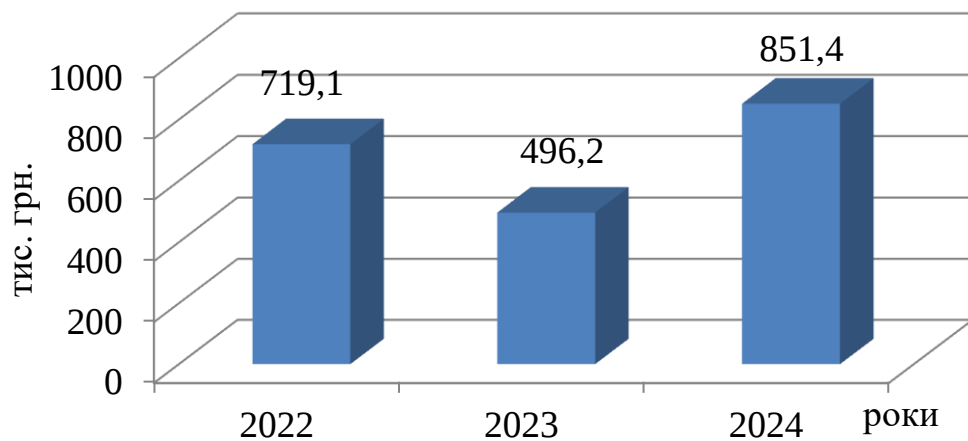
3. Зниження частки ЄСВ у 2024 році не пов'язане зі зменшенням фонду оплати праці, а зумовлене пропорційним зростанням інших платежів.

4. Плата за землю стабільно перебуває на рівні менше 1 %, тобто не впливає на стратегічні рішення підприємства.

Динаміка ПДВ у 2022–2024 роках є нерівномірною, що значною мірою зумовлено характером рекламної діяльності. У 2022 році ПДВ до сплати становив 719,1 тис. грн. З огляду на досить високі обсяги реалізації у цей період, така величина є абсолютно закономірною. Проте вже у 2023 році ПДВ зменшується на 31% (до 496,2 тис. грн). На перший погляд це може здатися негативною тенденцією, однак у ринковому контексті вона свідчить про тимчасову зміну структури послуг: зростання частки операцій, за якими підприємство мало більший податковий кредит. Зокрема, збільшення витрат на закупівлю медіапослуг або залучення підрядників могло тимчасово зменшити суму ПДВ до сплати. У рекламному бізнесі такі коливання є типовими, оскільки залежать від характеру контрактів: у деякі періоди підприємство

закуповує значний обсяг рекламних площин чи виробничих послуг для тривалих проектів.

Зовсім інша картина спостерігається у 2024 році — ПДВ зростає до 851,4 тис. грн, що є найвищим значенням за три роки (на 18,4% більше показника 2022 р. та на 71,6% більше показника 2023 р.). Це зростання фактично повністю кореспондує з динамікою виручки. Підприємство не тільки збільшило обсяг реалізації, але й, ймовірно, повернулося до більш маржинальної структури послуг, де податковий кредит є меншим порівняно з податковими зобов'язаннями (рис. 2.3).

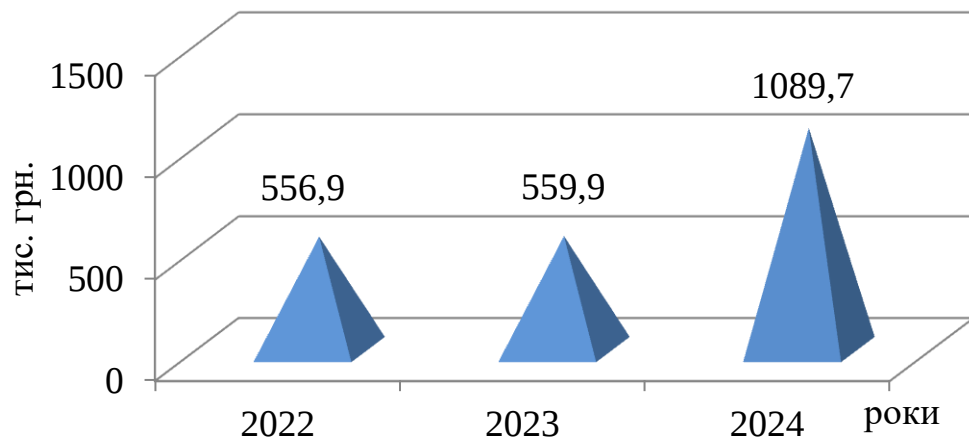


**Рис. 2.3. Динаміка сплати податку на додану вартість
ТОВ «Приватреклама» у 2022-2024 роках**

Таким чином, ключові тенденції ПДВ можна охарактеризувати так: зміни мають циклічний характер, пов'язаний зі структурою замовлень, а не зі змінами у податковому законодавстві; сильна кореляція з обсягами реалізації (що підтверджується даними фінансової звітності); у 2023 році спостерігається тимчасове збільшення податкового кредиту, що є типовим для проектних видів діяльності; 2024 рік демонструє повернення до зростаючого тренду, що відображає розширення комерційної активності.

Податок на прибуток є результатом фінансової ефективності підприємства, а тому його аналіз дає змогу оцінити не лише обсяг фіскальних вилучень, а й загальний економічний стан компанії.

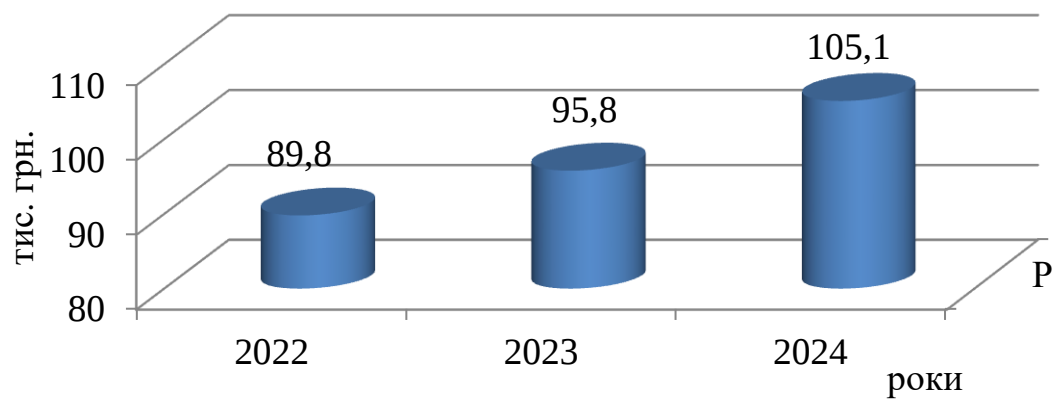
У 2022–2023 роках підприємство перебувало на відносно стабільному рівні прибутковості, що дозволило підтримувати майже незмінний розмір податку. Незначне зростання у 2023 році (на 0,5 %) відображає збереження позицій на ринку й контрольованість витрат. Проте у 2024 році податок на прибуток зростає на 94,6% і становить 1089,7 тис. грн. (рис. 2.4).



**Рис. 2.4. Динаміка сплати податку на прибуток
ТОВ «Приватреклама» у 2022-2024 роках**

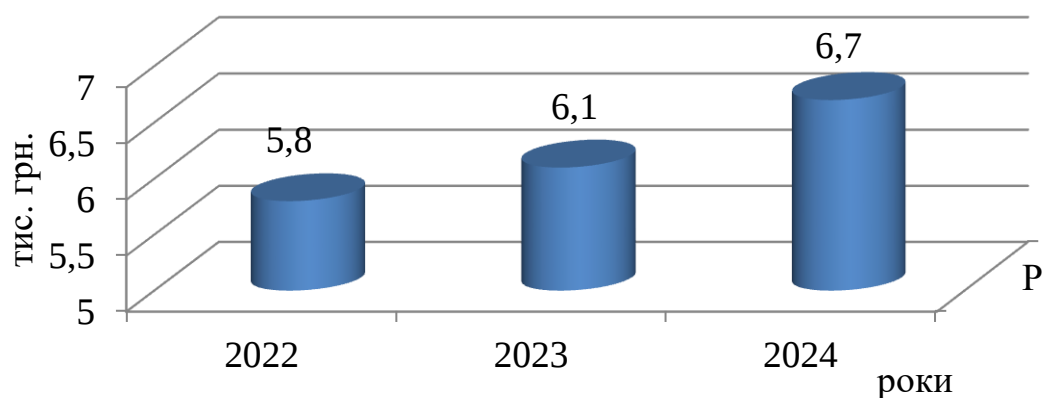
На перший погляд це може здатися фіскальним тиском, але поглиблений аналіз показує, що: підприємство збільшило фінансовий результат до оподаткування з 3110,3 до 6054,1 тис. грн; відбулося розширення бази оподаткування, що свідчить про успішну комерційну політику; збільшення чистого доходу супроводжувалося більш високою маржинальністю, що вказує на підвищення продуктивності бізнес-процесів. Отже, зростання податку на прибуток у 2024 році є свідченням посилення фінансової стійкості підприємства, а не фіскального тиску.

Єдиний соціальний внесок у 2022–2024 роках змінюється поступово, що характерно для підприємств із невеликою чисельністю персоналу. Зростання з 89,8 тис. грн до 105,1 тис. грн. (на 6,7% у 2023 р. та 9,7% у 2024 році порівняно з минулорічним показником) пов'язане зі збільшенням фонду оплати праці та невеликим розширенням кадрової політики у 2024 році (рис. 2.5).



**Рис. 2.5. Динаміка сплати єдиного соціального внеску
ТОВ «Приватреклама» у 2022-2024 роках**

Плата за землю залишається найменшою складовою податкових платежів підприємства. Незначні коливання у межах 5,8–6,7 тис. грн пояснюються переглядом нормативної оцінки землі (рис. 2.6). Для рекламної діяльності ця стаття є формальною та майже не впливає на фінансову стабільність підприємства.



**Рис. 2.6. Динаміка сплати плати за землю ТОВ «Приватреклама» у
2022-2024 роках**

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що оподаткуванню ТОВ «Приватреклама» характерні такі тенденції: має стабільну структуру з

домінуванням ПДВ та податку на прибуток; демонструє економічно обґрунтовану динаміку, пропорційну розвитку підприємства; у 2024 році суттєво зростає, але лише через підвищення ефективності господарської діяльності, а не через зміну податкових правил чи ставок; не створює надмірного фіскального тиску, що позитивно характеризує стійкість підприємства; формує передбачуваний рівень поточних грошових витрат, що є важливою умовою для оцінки фінансової стійкості.

2.3. Вплив оподаткування на результати фінансово-господарської діяльності ТОВ «Приватреклама»

Оцінка впливу оподаткування на діяльність підприємства передбачає комплексний аналіз показників ліквідності, фінансової стійкості, динаміки прибутковості та стану грошових потоків. Це дозволяє не тільки побачити фактичні параметри фінансового стану, а й зрозуміти, як саме система податків впливає на загальну економічну поведінку підприємства. Для ТОВ «Приватреклама» це завдання є особливо важливим, адже рекламна галузь відзначається високою мінливістю попиту, проєктним характером роботи, сезонністю та значною залежністю від загального стану економіки. Тому податки можуть як підсилювати, так і стримувати розширення ділової активності.

Ліквідність підприємства упродовж 2022–2024 років формувалась під впливом кількох чинників, серед яких оподаткування відіграє подвійно важливу роль. З одного боку, податки — це обов’язкові платежі, що зменшують доступний грошовий потік, а з іншого — їх стабільне виконання є ознакою фінансової дисципліни, яка зміцнює кредитний імідж компанії.

Аналіз активів показує, що підприємство працює переважно за рахунок оборотних ресурсів. Це характерно для рекламних агентств, які не потребують значних виробничих фондів, але повинні забезпечувати постійну ліквідність для покриття операційних витрат. У структурі пасивів домінують поточні

зобов'язання, проте їх рівень поступово зменшується, що є ознакою зміцнення фінансових позицій.

Покращення коефіцієнтів ліквідності у 2024 році — особливо зростання коефіцієнта поточної ліквідності до рівня понад 2 — вказує на те, що навіть за умов збільшення ПДВ та податку на прибуток підприємству вдалося зберегти достатній запас фінансової маневреності. Простіше кажучи, податкові платежі не «вибивали» компанію з її нормального фінансового ритму, а були інтегровані у її планування грошових потоків (табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

Основні показники ліквідності ТОВ «Приватреклама» у 2022–2024 роках

Показник	2022	2023	2024
Оборотні активи, тис. грн	3322,5	1866,6	2093,4
Поточні зобов'язання, тис. грн	2340,7	1244,0	1037,0
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,42	1,50	2,02
Власний оборотний капітал, тис. грн	981,8	622,6	1056,4

Більш того, власний оборотний капітал, який є показником внутрішніх фінансових резервів підприємства, після певного зниження у 2023 році демонструє зростання у 2024 році. Це означає, що компанія здатна формувати запас ліквідності навіть у періоди підвищення податкового навантаження. Таким чином, податки не лише не послабили фінансову стійкість підприємства, а й були сплачені за умов покращення структури капіталу.

Рентабельність є тим показником, який найбільш чутливо реагує на зміну податків. Для підприємств зі стабільною прибутковістю податок на прибуток є значним, але пропорційним вилученням. У випадку ТОВ «Приватреклама» рентабельність показала виразну позитивну динаміку, незважаючи на збільшення фіскальних платежів.

У 2022 році рентабельність продажів становила 19,5 %, у 2023 році — 15,8 %, а у 2024 році зросла до 21,2 %. Спад у 2023 році може бути пов'язаний з тимчасовим збільшенням витрат, зокрема на залучення підрядників або проведення рекламних кампаній, які мають тривалий інвестиційний цикл. У

2024 році рентабельність зростає одночасно зі збільшенням валового доходу, що свідчить про ефективне стратегічне управління портфелем клієнтів та зростання маржинальних замовлень. Податки в цьому випадку є лише наслідком покращеної операційної ефективності (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Показники рентабельності ТОВ «Приватреклама» у 2022–2024 роках

Показник	2022	2023	2024
Чистий прибуток, тис. грн	2536,9	2550,4	4964,4
Дохід від реалізації, тис. грн	13012,3	16154,9	23457,6
Рентабельність продажів, %	19,5	15,8	21,2
Рентабельність власного капіталу (ROE), %	202,0	287,2	372,9

ROE є одним з найбільш показових коефіцієнтів для оцінки впливу податків. Зростання ROE з 202 % до 372,9 % означає, що власники підприємства отримують значно більшу віддачу на вкладений капітал, навіть після сплати всіх податків. Це говорить про те, що податки не стримують розвиток компанії, а навпаки — її висока ефективність дозволяє сплачувати податки без шкоди для фінансової динаміки.

Одним із найважливіших аспектів аналізу є співвідношення податків з ключовими фінансовими показниками. Просте порівняння абсолютних сум не дає повної картини, тоді як відносні показники дозволяють оцінити адекватність податкового навантаження. Усі розраховані коефіцієнти — частка податків у доходах, у витратах та у чистому прибутку — свідчать про помірний рівень податкового навантаження. Те, що податки становлять менше 10 % доходу, говорить про те, що фіскальний тиск на підприємство не є надмірним. Більше того, у 2024 році частка податків у чистому прибутку зменшується до 41 %, що є доволі низьким показником для компанії, яка працює у сфері послуг (табл. 2.5).

У цьому контексті важливо підкреслити, що збільшення податку на прибуток у 2024 році є прямим наслідком підвищення доходів і рентабельності.

Тобто податки не лише не зменшили економічний потенціал підприємства, а й стали ознакою того, що підприємство продовжує розвиватися.

Таблиця 2.5

Податкове навантаження відносно фінансових показників, %

Показник	2022	2023	2024
Податки / Дохід	10,4	7,1	8,2
Податки / Витрати	19,5	17,4	18,9
Податки / Чистий прибуток	54,6	43,1	41,0
Податки / Дохід	10,4	7,1	8,2

Грошові потоки підприємства у 2022–2024 роках формувалися в умовах зростання виручки та стабільної клієнтської бази. Попри те, що ПДВ може створювати ризики виникнення касових розривів (особливо якщо клієнти здійснюють оплату із затримкою), підприємству вдалося зберегти позитивний тренд ліквідності. Це означає, що:

- підприємство ефективно управляє дебіторською заборгованістю;
- податкові платежі включені у фінансове планування;
- грошові потоки мають достатній запас для покриття податкових витрат.

У 2024 році податок на прибуток та ПДВ зросли значною мірою, однак підприємство не тільки зберегло ліквідність, а й наростило власний оборотний капітал, що говорить про сильну операційну ефективність.

Оцінка податкових ризиків дозволяє зробити висновок не лише про фактичний рівень податкового навантаження, а й про його потенційні загрози для підприємства. Найбільш імовірними податковими ризиками є:

Ризик 1. Різкі коливання податкового кредиту з ПДВ. Оскільки діяльність має проектний характер, періоди активних закупівель можуть змінювати суму податку до сплати. Це може призводити до короткострокових коливань cash-flow.

Ризик 2. Зростання податку на прибуток при збільшенні результативності. У підприємства досить висока рентабельність, тому збільшення прибутку часто супроводжується непропорційним зростанням податку.

Ризик 3. Можливі затримки оплат від клієнтів. У рекламній галузі це поширено. Підприємство може опинитися в ситуації, коли податок потрібно сплатити раніше, ніж фактично надійдуть кошти.

Ризик 4. Підвищена увага контролюючих органів. Стрибок ПДВ у 2024 році, хоча і пояснюється діяльністю, може стати підставою для перевірки.

Водночас підприємство має достатню стійкість, щоб ці ризики були керованими.

Аналіз показав, що упродовж 2022–2024 років податки не стали стримувальним фактором для діяльності ТОВ «Приватреклама». Навпаки, більшість фінансових індикаторів покращилися, що свідчить про ефективне управління та здатність підприємства адаптуватися до фіскального середовища.

Податкова система впливала на діяльність підприємства у прогнозований та помірний спосіб, без створення загроз фінансовій стабільності. Зростання податкових платежів є прямим наслідком збільшення доходів і прибутку, а не підвищенням фіскального тиску. У сукупності це дозволяє стверджувати, що підприємство функціонує в оптимальному податковому режимі, який не обмежує його розвиток і формує сприятливі умови для нарощення операційної активності.

Висновки до розділу 2

У другому розділі роботи було здійснено комплексний аналіз фінансово-майнового стану та особливостей оподаткування ТОВ «Приватреклама» у 2022–2024 роках. Проведене дослідження дозволило сформулювати цілісне уявлення про взаємозв'язок між податковим навантаженням, динамікою фінансових результатів і структурою активів та зобов'язань підприємства. Отримані результати свідчать, що податкове середовище, у якому функціонує підприємство, є для нього загалом сприятливим, а податкові зобов'язання — передбачуваними та такими, що не створюють критичного тиску на фінансові ресурси.

Передусім було встановлено, що ТОВ «Приватреклама» упродовж 2022–2024 років демонструвало стабільне зростання обсягів діяльності. Чистий дохід від реалізації зростав щорічно, причому особливо значне збільшення відбулося у 2024 році. Подібна тенденція свідчить про успішне позиціонування підприємства на ринку рекламних послуг, розширення портфеля замовлень та підвищення конкурентоспроможності. Фінансові результати підтверджують цей висновок: чистий прибуток підприємства зріс майже вдвічі у 2024 році, що є ознакою підвищення рентабельності та ефективності господарських операцій.

Структура активів підприємства характеризується домінуванням оборотних коштів, що є типовим для підприємств сфери послуг. Оборотні активи забезпечують необхідну гнучкість для оперативного виконання замовлень та уникнення надмірних виробничих витрат. У 2022–2024 роках спостерігалось певне коливання загального обсягу активів, проте їх структура залишалася стабільною, що свідчить про зважену та збалансовану політику управління ресурсами. Показники ліквідності вказують на стале поліпшення можливостей підприємства покривати свої поточні зобов'язання. Зокрема, коефіцієнт поточної ліквідності у 2024 році досяг значення 2,02, що значно перевищує мінімально допустимий норматив і демонструє посилення платоспроможності.

Важливе місце у структурі аналізу займало дослідження обов'язкових податкових платежів. Сукупність податків, які сплачує підприємство, є типовою для суб'єктів господарювання, що надають рекламні послуги: основними складовими виступають податок на додану вартість, податок на прибуток, єдиний соціальний внесок та плата за землю. Структурний аналіз засвідчив, що найбільшу частку податкового навантаження становлять ПДВ та податок на прибуток, однак їх динаміка є економічно обґрунтованою та корелює зі змінами у виручці та фінансовому результаті.

Показовою є різноспрямована динаміка ПДВ: зменшення у 2023 році було викликане підвищенням податкового кредиту через зростання витрат на закупівлю послуг підрядників, тоді як суттєве збільшення у 2024 році стало

відображенням високих обсягів реалізації. Аналіз податку на прибуток підтвердив його чутливість до змін у фінансових результатах: у 2024 році він зріс майже удвічі, що пояснюється збільшенням фінансового результату до оподаткування, а не посиленням податкового тиску. ЄСВ та плата за землю демонстрували стабільний та прогнозований характер, без суттєвого впливу на масштаб операційної діяльності.

Порівняння податкового навантаження з обсягами доходів, витрат і прибутку дало змогу зробити важливий висновок: податки не становлять надмірного тягара для підприємства. Частка податків у доході протягом трьох років не перевищувала 10 %, що є достатньо низьким показником для малого бізнесу. Водночас частка податків у прибутку знижувалася, що засвідчило покращення операційної ефективності підприємства та здатність генерувати фінансовий результат у будь-яких умовах ринку.

Оцінка фінансової стійкості та грошових потоків засвідчила, що підприємство зберігає високу платоспроможність навіть у періоди коливань податкових зобов'язань. Податкові платежі не створювали загроз для ліквідності, оскільки підприємство ефективно управляло грошовими надходженнями та своєчасно виконувало зобов'язання перед бюджетом.

Узагальнюючи результати аналізу, можна стверджувати, що податкова система, у якій функціонує ТОВ «Приватреклама», хоча й накладає певні фінансові обмеження, не перешкоджає розвитку підприємства. Навпаки, податкові показники здебільшого є відображенням реальних успіхів діяльності. Підприємство продемонструвало здатність адаптуватися до змін ринкового середовища, забезпечуючи стале зростання фінансових показників, формування позитивної динаміки рентабельності та укріплення фінансової стійкості. Це створює сприятливу основу для розроблення подальших рекомендацій щодо оптимізації податкового регулювання та підвищення ефективності фінансового менеджменту, що буде розглянуто в наступному розділі роботи.

РОЗДІЛ 3

ВЕКТОРИ ОПТИМІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

3.1. Сучасні виклики та проблеми податкової системи України у контексті функціонування підприємств

Податкова система є одним із ключових інституційних механізмів, що формують умови функціонування суб'єктів господарювання. Вона виступає не тільки фіскальним інструментом, спрямованим на забезпечення бюджетних надходжень, але й інструментом економічного впливу, через який держава встановлює рамкові правила ведення бізнесу, регулює конкурентне середовище та визначає стимули для розвитку або стримування окремих секторів. У сучасних умовах підприємства в Україні працюють у ситуації, коли податкова система одночасно виконує кілька взаємопов'язаних ролей: забезпечує фінансову стабільність держави, підтримує соціальні зобов'язання та впливає на економічну активність бізнесу. Саме тому аналіз сучасних викликів податкової системи є необхідною передумовою для пошуку шляхів її вдосконалення.

Починаючи з 2022 року податкова система України функціонує у значно більш складних умовах, ніж у попередній період. Воєнний стан, зміни у структури співвідношення внутрішнього та зовнішнього попиту, втрата частини територій, руйнування інфраструктури, міграція робочої сили та перебудова логістичних ланцюгів створили унікальну ситуацію, коли податкова політика змушена оперативно реагувати на кризові явища. Це означає, що держава була змушена підтримувати баланс між фіскальними потребами та необхідністю залишити бізнесу достатньо ресурсів для продовження діяльності. Проте, як показує практика, забезпечити цей баланс вдається не завжди.

Однією з найбільш відчутних проблем сучасної податкової системи є нестабільність податкового законодавства. Постійні зміни ставок, податкових

пільг, порядку адміністрування окремих податків, а також численні уточнення та нові вимоги створюють ситуацію правової невизначеності. Для підприємств це означає зростання витрат на адаптацію внутрішньої звітності, додаткові адміністративні процедури та необхідність постійно переоцінювати податкові ризики. Особливо чутливою ця проблема є для малого та середнього бізнесу, який не має достатніх ресурсів для утримання великих фінансових служб. Нестабільність часто стає причиною консервативної поведінки підприємств: вони уникають ризикованих інвестицій та обмежують обсяг довгострокових зобов'язань.

Не менш важливою проблемою є нерівномірність розподілу податкового навантаження. Частина підприємств, особливо ті, що працюють у сфері послуг та торгівлі, сплачують значний обсяг непрямих податків, передусім ПДВ, який часто створює додаткові фінансові навантаження через блокування податкових накладних або затримки у відшкодуванні. Інші підприємства, навпаки, можуть користуватися податковими пільгами чи спеціальними режимами, що створює певні перекоси у конкурентному середовищі. У результаті одні учасники ринку змушені компенсувати податкові втрати інших, що впливає на їхню рентабельність.

Окремої уваги заслуговують питання адміністрування податків. Попри те, що Державна податкова служба активно впроваджує електронні сервіси, підприємства все ще стикаються з низкою процедурних труднощів. Зокрема, значною проблемою є перевантаженість системи податкового моніторингу, що призводить до блокування податкових накладних без достатнього обґрунтування. Це створює ризик заморожування оборотного капіталу, що особливо критично для підприємств, чия діяльність має проектний характер, як у випадку з ТОВ «Приватреклама». Такі ситуації не лише ускладнюють фінансове планування, а й змушують підприємства залучати додаткові ресурси для підтримки ліквідності.

Значним структурним викликом є збереження високого рівня фіскального навантаження на фонд оплати праці. Єдиний соціальний внесок, незважаючи на

певні кроки до його оптимізації, залишається суттєвим платежем, що знижує чисті доходи працівників і підвищує собівартість послуг. Частина роботодавців намагається уникати надмірного навантаження, переходячи до тіньових схем оплати праці, що, однак, посилює ризики як для працівників, так і для підприємств. Для компаній, що працюють у сфері творчих або інтелектуальних послуг, таких як реклама чи маркетинг, це питання є надзвичайно актуальним, оскільки значна частина витрат припадає саме на оплату праці.

Важливим системним викликом є також недостатній рівень прозорості та передбачуваності податкового контролю. Часті перевірки, нечіткі критерії ризику, а також потенційна можливість суб'єктивної інтерпретації норм створюють невизначеність, яка обмежує підприємства у плануванні довгострокових стратегій. Це відчутно впливає на інвестиційний клімат у країні загалом. У таких умовах багато підприємств уникають вкладень у розвиток, зокрема у збільшення штатної чисельності, технічну модернізацію чи інноваційні проекти.

На тлі внутрішніх інституційних проблем українська податкова система також стикається з викликами, пов'язаними з інтеграцією в європейський економічний простір та імплементацією міжнародних стандартів оподаткування. Зокрема, йдеться про запровадження плану BEPS, перехід до використання SAF-T та загальну цифровізацію контролюючих процесів. Для підприємств це означає необхідність адаптації до нових вимог, збільшення прозорості обліку та відповідності міжнародним критеріям. Хоча такі зміни є стратегічно необхідними для розвитку економіки України, вони одночасно потребують часу, технічних ресурсів і додаткових фінансових витрат.

Підприємства, які працюють у сфері рекламних послуг, відчувають ці виклики особливо гостро. Специфіка їх діяльності — проектність, високий рівень залежності від зовнішніх контрагентів, нерівномірність доходів протягом року — робить їх чутливими до будь-яких коливань у податковому регулюванні. Наприклад, затримка відшкодування ПДВ може призвести до критичної нестачі оборотних коштів, а раптові зміни у порядку оподаткування

прибутку — до зміни планової рентабельності проєктів. У таких умовах податкове регулювання повинно не лише забезпечувати фіскальну стабільність, але й створювати умови для адаптивності та прогнозованості підприємницької діяльності.

Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що сучасна податкова система України перебуває у стані трансформації та пошуку балансу між інтересами держави та бізнесу. Вона поступово наближається до європейських практик, проте досі характеризується рядом інституційних недоліків — нестабільністю норм, складністю адміністрування, нерівномірністю навантаження та недостатньою прозорістю контролю. Саме ці проблеми формують підґрунтя для пошуку шляхів оптимізації податкового навантаження як на рівні конкретного підприємства, так і в контексті вдосконалення загальної моделі податкової політики держави. У наступних підпунктах буде розглянуто, як ці виклики проявляються на прикладі ТОВ «Приватреклама» та які практичні кроки можуть бути запропоновані для підвищення ефективності податкової взаємодії підприємства з державою.

3.2. Шляхи оптимізації податкового навантаження ТОВ «Приватреклама»

Ефективність податкового менеджменту підприємства значною мірою визначає його фінансову стійкість, здатність до відтворення ресурсів та потенціал довгострокового розвитку. Для ТОВ «Приватреклама» питання оптимізації податкового навантаження має особливе значення, оскільки підприємство функціонує в галузі, де фінансові потоки нерідко мають нерівномірний, проєктний характер, а рішення щодо цінової та інвестиційної політики можуть змінюватися залежно від потреб замовників. У таких умовах податкове планування не може зводитися лише до забезпечення своєчасності сплати податків — воно має включати комплекс організаційних, фінансових та

управлінських заходів, які дозволяють підприємству більш ефективно поєднувати власні стратегічні цілі з вимогами податкового законодавства.

Проведений аналіз у попередніх підрозділах показав, що у структурі податкового навантаження підприємства домінують ПДВ та податок на прибуток. Саме ці податки виявляють найбільшу чутливість до коливань обсягів діяльності, динаміки витрат та змін у портфелі клієнтів. Характерним прикладом може бути ситуація 2023 року, коли зменшення ПДВ до сплати було зумовлене зростанням податкового кредиту, а не погіршенням фінансового результату. У свою чергу, у 2024 році підприємство зіткнулося зі зворотною ситуацією — обсяг податку на прибуток майже подвоївся через значне збільшення чистого фінансового результату. Такі коливання свідчать, що оподаткування не є зовнішнім чинником, який нав'язує підприємству жорсткі рамки; навпаки, податкові зобов'язання є похідними від реальних економічних процесів.

У цьому контексті оптимізація податкового навантаження має будуватися на гармонізації принципів податкового законодавства з реальними фінансовими процесами підприємства. Тобто завдання полягає не в тому, щоб зменшити податки будь-якою ціною, а в тому, щоб організувати діяльність таким чином, щоб податкова система не створювала штучних бар'єрів для розвитку і не призводила до надмірних касових розривів.

Розглянемо можливості оптимізації адміністрування податку на додану вартість у контексті бізнес-процесів підприємства. ПДВ займає провідне місце у структурі податкових платежів ТОВ «Приватреклама». Важливо розуміти, що ПДВ як непрямий податок не стільки відображає прибутковість підприємства, скільки структуру його операційних витрат та характер комерційної взаємодії з клієнтами й підрядниками. У сфері рекламних послуг, де значна частина витрат припадає на закупівлю сторонніх послуг (дизайн, виробництво контенту, оренда рекламних площин), ПДВ формує складну систему взаємозалежностей, у якій податкові зобов'язання підприємства залежать від дій контрагентів.

Особливо показовим є те, що у 2024 році ПДВ до сплати зріс до 851,4 тис. грн — найбільшого значення за три роки. Це не означає, що підприємство стало менш ефективним або що податкове навантаження посилюється; навпаки, зростання ПДВ було прямим наслідком розширення обсягів реалізації та збільшення кількості замовлень. Проте проблема полягає в тому, що для підприємства важливо не лише сплатити ПДВ, але й забезпечити таку організацію роботи, яка дозволить уникнути тимчасових касових розривів.

Саме тому першим напрямом оптимізації є гармонізація графіків розрахунків за послугами з графіками надходжень від клієнтів. Якщо підприємству вдається синхронізувати ці два потоки, ПДВ починає виконувати роль контрольованого податку, а не чинника ризику. Доцільним є впровадження внутрішнього календаря податкових подій, який дозволяє прогнозувати, у який місяць очікується збільшення податкових зобов'язань, а в який — формування податкового кредиту. Таке планування зменшує навантаження на обігові кошти та забезпечує більш рівномірний ритм фінансової діяльності.

Другою важливою складовою є аналіз ризиковості операцій та контрагентів. Оскільки блокування податкових накладних є проблемою, з якою регулярно стикаються підприємства сфери послуг, ТОВ «Приватреклама» може зменшити ризики шляхом систематичного попереднього моніторингу контрагентів, використовуючи доступні відкриті джерела даних та аналітичні сервіси. Це дозволить уникнути ситуацій, коли податковий кредит не визнається або його реєстрація затримується.

Податок на прибуток є тим видом податку, який найбільше демонструє вплив внутрішніх фінансових рішень підприємства на його податкові зобов'язання. Збільшення суми податку на прибуток у 2024 році майже удвічі є наслідком підвищення чистого прибутку — тобто підприємство стало ефективнішим, а податок лише відобразив цю тенденцію.

Саме тому оптимізація податку на прибуток повинна базуватися не на пошуку можливостей скоротити податкову базу штучним шляхом, а на

удосконаленні системи управління витратами та активами. Для підприємства рекламної сфери важливо мати чітке розуміння структури витрат: які з них мають постійний характер, які — змінний, а які — інвестиційний. Це дозволить більш ефективно формувати фінансову модель проєктів і прогнозувати майбутні податкові зобов'язання.

Одним із напрямів оптимізації є розширення використання амортизаційних можливостей. Хоча рекламна діяльність не потребує великої кількості основних засобів, інвестиції в технічне оснащення (комп'ютери, сервери, програмні продукти, професійне програмне забезпечення для обробки медіа) можуть бути списані через амортизацію, зменшуючи базу оподаткування прибутку. Це не лише покращує технічну можливість виконання складніших проєктів, а й формує економічний ефект через податкову оптимізацію.

Єдиний соціальний внесок, незважаючи на порівняно невелику частку у структурі податкових платежів підприємства, має важливе значення для управління витратами. У сфері рекламних послуг значна частина діяльності залежить від людського капіталу, і тому витрати на оплату праці становлять суттєву частину собівартості.

Одним із шляхів оптимізації ЄСВ є використання гнучких систем мотивації персоналу, які дозволяють збалансувати оплату праці відповідно до результатів роботи. Це може включати:

- преміювання за завершення проєктів,
- оплату за KPI,
- бонуси, прив'язані до прибутковості проєкту.

Такі механізми дозволяють узгоджувати витрати на оплату праці з реальними доходами підприємства, що мінімізує навантаження на фонд оплати праці у періоди зниженої активності.

Оптимізація податкового навантаження неможлива без управління ризиками. Для ТОВ «Приватреклама» ризики пов'язані не з великими сумами штрафів, а зі специфікою діяльності: проєктність, необхідність співпраці з великою кількістю контрагентів, нерівномірність потоків, залежність від ринку.

У таких умовах важливо формувати пробуджені процедури податкового аудиту: регулярну перевірку правильності оформлення первинних документів, аналіз коректності нарахування ПДВ, узгодження бухгалтерського та податкового обліку. Це дозволяє не лише уникати штрафів, але й зменшує ймовірність блокування податкових накладних, що є важливим для забезпечення стабільності грошових потоків.

Окремим напрямом оптимізації може бути цифровізація внутрішніх процесів. Використання сучасних бухгалтерських програм, хмарних сервісів та систем електронного документообігу дає змогу значно скоротити витрати часу та зменшити ризик людських помилок. У сучасних умовах цифрова автоматизація є не лише інструментом зручності, а й засобом підвищення конкурентоспроможності, оскільки дозволяє оперативно реагувати на зміни у законодавстві та забезпечує прозорість внутрішніх операцій.

Отже, оптимізація податкового навантаження ТОВ «Приватреклама» повинна розглядатися не як інструмент зменшення обсягу податків, а як стратегічний процес, спрямований на формування гармонійної взаємодії між фінансовими потоками підприємства та вимогами податкового законодавства. Вона включає вдосконалення адміністрування ПДВ, грамотне формування витрат, раціональну організацію оплати праці, управління податковими ризиками та цифровізацію процесів. Такий підхід дозволить підприємству зберегти стійкість під час коливань ринку, забезпечити прогнозованість фінансових результатів та підтримати конкурентні переваги у середньостроковій і довгостроковій перспективах.

3.3. Напрями вдосконалення податкової політики України в контексті підтримки бізнесу

Сучасна податкова система України перебуває у стані інтенсивної трансформації, зумовленої як внутрішніми економічними потребами, так і зовнішніми викликами, пов'язаними з інтеграцією до європейського

економічного простору. Підприємницький сектор сьогодні функціонує у надзвичайно складних умовах, поєднуючи необхідність адаптації до воєнних і післявоєнних реалій із потребою підтримувати конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному ринках. У таких обставинах податкова політика повинна виконувати не лише фіскальну роль, але й стати ключовим інструментом економічної стабілізації та стимулювання розвитку бізнесу. Саме тому важливо осмислити ті напрями вдосконалення податкової системи, які створять сприятливіші умови для діяльності підприємств, зокрема таких, як ТОВ «Приватреклама».

Однією з найбільш вагомих проблем українського бізнесу залишається непередбачуваність та фрагментарність податкового регулювання. Підприємства стикаються з частими змінами норм, уточненнями, пілотними механізмами, які вводяться і скасовуються у дуже стислі терміни. Такі коливання не дозволяють вибудувати довгострокову стратегію фінансового планування, знижують інвестиційну активність і збільшують схильність бізнесу до збереження резервів у тіньовому секторі. Вдосконалення податкової політики має починатися саме з підвищення стабільності та передбачуваності норм, що передбачає обов'язкову попередню оцінку регуляторного впливу, а також встановлення чітких перехідних періодів, які дадуть підприємствам час на адаптацію.

Не менш актуальним напрямом є удосконалення адміністрування податків. Незважаючи на значний прогрес у цифровізації податкових сервісів, українські підприємства й досі стикаються з низкою процедурних труднощів — від блокування податкових накладних до неоднозначного трактування податкових норм інспекторами. Значною проблемою є також відсутність єдиного підходу до ризик-орієнтованих перевірок: бізнес часто опиняється у ситуації, коли перевірки проводяться лише через формальні показники, а не через реальні ризики порушень. Такий стан речей призводить до невиправданих витрат часу й ресурсів, створюючи атмосферу невизначеності та недовіри між платниками податків і контролюючими органами.

Суттєву роль у трансформації податкової політики відіграє імплементація міжнародних стандартів прозорості та обміну інформацією. Запровадження 15 кроків Плану BEPS, яке Україна поступово реалізує, є важливим кроком до формування системи оподаткування, сумісної з європейською. Водночас адаптація BEPS потребує не лише зміни законодавства, але й розвитку інституційної спроможності податкових органів. Бізнес у сфері послуг, зокрема рекламного, часто не використовує класичних схем трансфертного ціноутворення, однак глобальний характер індустрії та співпраця з іноземними контрагентами можуть підпадати під нагляд щодо запобігання розмиванню податкової бази. Тому адаптація BEPS має супроводжуватися не лише посиленням контролю, але й запровадженням механізмів консультаційної підтримки бізнесу.

Важливим інструментом вдосконалення податкової системи є подальший розвиток електронного документообігу та аналітичних сервісів. Запуск формату SAF-T (Standard Audit File for Tax), який у країнах ЄС давно використовується для спрощення та прискорення податкових перевірок, може стати одним із найбільш ефективних кроків. Українські підприємства досить швидко адаптуються до цифрових інновацій, а тому впровадження SAF-T дозволило б суттєво знизити адміністративне навантаження і на бізнес, і на контролюючі органи. Це забезпечило б:

- скорочення людського фактору під час перевірок;
- можливість автоматизованого зіставлення даних;
- зменшення кількості необґрунтованих претензій;
- підвищення прозорості взаємовідносин між підприємствами та податковими органами.

Наступним напрямом є перегляд системи податкових стимулів. Податкові пільги в Україні традиційно викликають дискусії, оскільки з одного боку вони стимулюють розвиток окремих секторів, а з іншого — можуть створювати нерівні умови конкуренції. Для рекламної сфери прямі податкові пільги не є характерними, проте досвід інших країн свідчить, що податкові стимули

можуть бути дієвими, якщо вони спрямовані на конкретні аспекти діяльності, наприклад: інновації, цифровий розвиток, підвищення кваліфікації персоналу або вихід на експортні ринки. Важливо, щоб пільги були не масовими, а селективними, ґрунтувалися на чітких критеріях і мали вимірювані індикатори ефективності.

Зважаючи на сучасні умови, особливе значення має підтримка малого та середнього бізнесу. Сектор МСП генерує значну частину робочих місць у країні, і у воєнний період саме він продемонстрував найбільшу гнучкість та здатність швидко адаптуватися до змін. Однак податкова система не завжди достатньо чутлива до потреб малого бізнесу. Високе навантаження на фонд оплати праці, складність адміністрування ПДВ, обмеженість доступу до інвестиційних стимулів — усе це створює бар'єри для розвитку. Підприємствам, подібним до ТОВ «Приватреклама», важливо мати прості та передбачувані механізми звітності, особливо у сфері ПДВ, де навіть невеликі порушення можуть призвести до блокування накладних.

Окремим аспектом, який потребує системного перегляду, є податкова політика у сфері цифрової економіки. Рекламний бізнес, як і більшість творчих та медійних галузей, дедалі більше переходить у цифрові формати. З'являються нові моделі співпраці, нові види послуг, нові форми взаємодії з клієнтами, зокрема з іноземними. Податкове законодавство повинно бути достатньо гнучким, щоб враховувати такі процеси. Зокрема, оцінка вартості цифрових послуг, оподаткування міжнародних транзакцій, особливості взаємодії з платформами — усі ці питання потребують врегулювання відповідно до світових тенденцій.

У цілому вдосконалення податкової політики України має включати кілька взаємопов'язаних стратегічних напрямів: підвищення передбачуваності, зменшення адміністративного навантаження, розвиток цифрових інструментів контролю, адаптацію до міжнародних стандартів і створення умов для розвитку малого та середнього бізнесу. Для підприємств, що працюють у сфері рекламних послуг, такі зміни означатимуть можливість працювати у більш

прогнозованому та комфортному середовищі, в якому податки не стають перепорою для творчої діяльності та розвитку інновацій.

Розвиток податкової системи України має враховувати принцип партнерства між державою та бізнесом, який передбачає не лише контроль та стягнення податків, але й створення умов для економічного зростання. Це дозволить сформувати податкову модель, у якій підприємства почуватимуться впевнено, а податкові зобов'язання сприйматимуться не як тягар, а як частина цивілізованих економічних відносин. У такій системі підприємства, подібні до ТОВ «Приватреклама», зможуть не лише виконувати свої податкові обов'язки, але й планувати довгостроковий розвиток, розширювати спектр послуг та виходити на нові ринки, сприяючи відновленню та зростанню економіки України.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було розглянуто сучасні виклики податкової системи України, можливості оптимізації податкового навантаження на рівні конкретного підприємства та стратегічні напрями вдосконалення податкової політики держави. Отримані результати дозволяють сформувати узагальнену картину того, у яких умовах функціонує український бізнес та які саме параметри податкового середовища найбільшою мірою впливають на його розвиток.

Насамперед аналіз показав, що податкова система України наразі перебуває у стані суттєвих трансформацій. Вона формується під впливом зовнішніх викликів воєнного періоду, потребами стабілізації державних фінансів та вимогами імплементації міжнародних стандартів. У таких умовах підприємства опиняються у ситуації, коли фіскальне навантаження не завжди є головною проблемою; значно більш відчутним є вплив чинників невизначеності, нестабільності нормативної бази, складності адміністрування та неоднозначних процедур податкового контролю. Саме цей комплекс проблем, а не рівень ставок податків, значною мірою визначає сприйняття

бізнесом податкової політики та його підхід до планування фінансової діяльності.

Важливо, що ці макроекономічні тенденції прямо позначаються на діяльності підприємств сфери рекламних послуг, таких як ТОВ «Приватреклама». Цей вид бізнесу є особливо чутливим до циклічних коливань ринку, змін у структурі попиту та необхідності оперувати значними обсягами оборотних коштів. У таких умовах податкові платежі стають суттєвим фактором формування грошових потоків, а правильна організація податкового планування є однією з передумов підтримання фінансової стійкості. Саме тому питання оптимізації податкового навантаження для підприємства має практичний характер і є невід'ємною складовою його фінансової стратегії.

Проведений аналіз дозволив виявити, що оптимізація податків на рівні підприємства не повинна зводитися до спроб мінімізувати податкову базу. Ефективний підхід полягає у вдосконаленні внутрішніх бізнес-процесів, зокрема в управлінні ПДВ, раціональному формуванні витрат, оптимізації структури оплати праці, підвищенні прозорості обліку та активному запобіганні податковим ризикам. Особливо важливим стало вдосконалення адміністрування ПДВ, оскільки його вплив на ліквідність підприємства є значним. Гармонізація графіків оплат, прогнозування податкових зобов'язань, контроль за контрагентами та цифровізація обліку створюють можливість перетворити податок на додану вартість із потенційного джерела ризику на керований елемент фінансової політики.

Оптимізація податку на прибуток продемонструвала іншу логіку: збільшення податкових зобов'язань підприємства у 2024 році стало наслідком зростання рентабельності та підвищення фінансового результату. Це означає, що податок на прибуток у контексті діяльності ТОВ «Приватреклама» не має стримувального ефекту; навпаки, він є індикатором ефективності, а можливості для його оптимізації полягають переважно у зваженому управлінні витратами та використанні амортизаційного інструментарію.

Завершальна частина третього розділу була присвячена аналізу стратегічних напрямів вдосконалення податкової політики України. У цьому контексті визначено, що формування сприятливого податкового середовища неможливе без комплексного підходу, який охоплює: підвищення стабільності податкового законодавства; зменшення адміністративного навантаження на бізнес; розвиток цифрових механізмів контролю; впровадження інструментів ризик-орієнтованих перевірок; удосконалення системи податкових стимулів; адаптацію регулювання до цифрової економіки. Реалізація цих напрямів дозволить не лише зменшити фіскальний тиск, але й створити передумови для розвитку інновацій, розширення підприємництва та інтеграції України до європейського економічного простору.

Таким чином, результати, отримані в розділі 3, показали, що ефективність податкової системи має двоїстий характер: з одного боку — вона визначає обсяг ресурсів, які держава отримує для виконання своїх функцій, а з іншого — формує умови економічної активності бізнесу. Для підприємств, таких як ТОВ «Приватреклама», критично важливим є не лише рівень податкового навантаження, але й передбачуваність процедур, якість адміністрування, доступність цифрових сервісів та партнерський характер взаємовідносин із державою. Саме такий підхід забезпечує можливість не просто виконувати податкові обов'язки, але й розвивати діяльність, підтримувати інноваційність та забезпечувати стійку фінансову динаміку, що було визначено одним із ключових завдань цієї роботи.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження дало змогу комплексно оцінити теоретико-методологічні засади оподаткування підприємств в Україні, виявити ключові проблеми сучасної податкової системи, а також детально проаналізувати особливості податкового навантаження та фінансово-майновий стан ТОВ «Приватреклама» у 2022–2024 роках. Системне узагальнення результатів дозволило сформулювати важливі наукові висновки та практичні рекомендації щодо вдосконалення податкового регулювання як на рівні державної політики, так і на рівні організації податкового менеджменту підприємства.

1. Податкове регулювання є базовим інструментом державного впливу на економічну активність суб'єктів господарювання. Воно визначає умови ведення бізнесу, структуру витрат, доступ до інвестиційних ресурсів, рівень конкурентоспроможності та можливості довгострокового розвитку. Податкова система не лише формує бюджетні надходження, але й виступає механізмом координації економічних інтересів держави, бізнесу та суспільства. Саме тому збалансованість податкової політики має ключове значення для стабільності та відтворювальних процесів в економіці.

2. Дослідження теоретичних підходів до оподаткування підприємств показало, що сучасна податкова система має працювати не як сукупність фіскальних норм, а як багатокомпонентний регулятивний механізм. Поряд із фіскальною функцією важливою є регулююча функція податків, яка реалізується через систему ставок, податкових пільг, інвестиційних стимулів та адміністрування. Ефективна податкова політика повинна забезпечувати усталеність правил, передбачуваність податкових рішень, технологічну сумісність процедур, цифровізацію контролю та доступ бізнесу до стимулюючих інструментів.

3. Аналіз сучасних викликів податкової системи України засвідчив, що ключовими бар'єрами для розвитку підприємництва залишаються: нестабільність податкового законодавства, складність адміністрування ПДВ,

високе навантаження на фонд оплати праці, нерівномірність податкових стимулів та обмежені можливості малого бізнесу у взаємодії з контролюючими органами. Помітний вплив на підприємства має і впровадження міжнародних стандартів (BEPS, SAF-T), яке потребує значних адаптаційних ресурсів.

4. Комплексний аналіз діяльності та податкового навантаження ТОВ «Приватреклама» дав змогу встановити низку важливих тенденцій у динаміці фінансового розвитку підприємства:

— У 2022–2024 роках підприємство продемонструвало стійке зростання чистого доходу, що супроводжувалося істотним підвищенням чистого прибутку та покращенням показників рентабельності. Чистий дохід у 2022 році він становив 13,0 млн. грн, у 2023 році зріс до 16,2 млн. грн, у 2024 році досяг 23,5 млн. грн, тобто збільшився майже вдвічі за три роки. Паралельно зростав і чистий прибуток підприємства: 2022 р. – 2,5 млн. грн, 2023 р. — 2,6 млн. грн, 2024 р. — 5,0 млн. грн, що на 94,7 % більше, ніж у 2023 р.

— Рентабельність продажів підвищилася з 19,5 % (2022 р.) до 21,2 % (2024 р.), а рентабельність власного капіталу (ROE) у 2024 році сягнула 372,9 %, що є найвищим значенням за весь період аналізу.

— Показники ліквідності та фінансової стійкості підприємства також поліпшилися. Коефіцієнт поточної ліквідності у 2024 році перевищив рівень 2,0 (проти 1,42 у 2022 р. та 1,5 у 2023), а власний оборотний капітал зріс майже вдвічі порівняно з попереднім періодом.

— Власний оборотний капітал зріс з 622,6 тис. грн у 2023 році до 1 056,4 тис. грн у 2024 році, тобто майже в 1,7 раза, що означає покращення внутрішніх фінансових резервів підприємства. Тобто у 2024 році оборотні активи більш ніж удвічі перевищували поточні зобов'язання, що свідчить про зміцнення платоспроможності.

— Структура податкових зобов'язань підприємства є типовою для сфери рекламних послуг: найбільше навантаження припадало на ПДВ (40–53 % у загальній структурі податків); податок на прибуток займав від 41 % у 2022 році до понад 51 % у 2024 році, що відображає зростання прибутковості бізнесу;

ЄСВ формував близько 5–8 % податкових зобов'язань; місцеві податки (плата за землю) — менше 1 %.

— Податкове середовище, в якому функціонує ТОВ «Приватреклама», не стримувало його розвитку, а зміни податкових зобов'язань у 2022–2024 роках були наслідком реальних процесів зростання.

5. На основі проведеного аналізу сформульовано рекомендації щодо підвищення ефективності податкового менеджменту ТОВ «Приватреклама». Доцільними є такі кроки:

— удосконалення адміністрування ПДВ шляхом синхронізації графіків оплат із реєстрацією накладних, запровадження системи прогнозування ПДВ та моніторингу ризиковості контрагентів;

— використання амортизаційної політики як інструменту оптимізації податку на прибуток, зокрема, через інвестиції в інформаційні технології, програмне забезпечення та технічне оснащення;

— раціоналізація витрат на оплату праці шляхом впровадження гнучких моделей мотивації та розвитку персоналу;

— посилення контролю за податковими ризиками через запровадження внутрішнього податкового аудиту та удосконалення документального забезпечення господарських операцій;

— цифровізація бухгалтерських і податкових процесів, що дозволить скоротити час на підготовку звітності, зменшити кількість помилок та підвищити прозорість обліку.

6. З метою вдосконалення податкової політики України та формування сприятливішого середовища для розвитку бізнесу доцільно вжити таких заходів:

— забезпечити стабільність податкового законодавства та запроваджувати зміни лише після ретельної оцінки їхнього впливу на бізнес;

— зменшити складність адміністрування ПДВ, удосконаливши критерії роботи СМКОР, прискоривши процеси реєстрації та оскарження рішень щодо блокування реєстрації податкових накладних;

— розширити використання цифрових інструментів — SAF-T, електронного аудиту, автоматизованого обміну даними між платниками та ДПС;

— удосконалити систему податкових стимулів, орієнтуючи їх на інноваційну діяльність, цифрову економіку, експортні проекти та інвестиції у розвиток персоналу;

— адаптувати впровадження міжнародних стандартів BEPS до масштабу українського бізнесу та забезпечити методологічну підтримку підприємств при переході до нових правил.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI: URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17> (дата звернення: 31.10.2025).
2. Андрусяк Т.В. Податкове навантаження підприємств в умовах економічної нестабільності. *Фінанси України*. 2023. №2. С. 35–48.
3. Буряченко А.Є. Податкова політика як інструмент регулювання економічного розвитку. *Економіка та держава*, 2021, №4, с. 23–28.
4. Бабенко В.І. Адміністрування ПДВ в Україні: сучасні виклики та напрями вдосконалення. *Економіка та держава*. 2024. №1. С. 19–25.
5. Бондарук О.М. Податкове навантаження та його вплив на фінансову стійкість підприємств. Київ: ДУТ, 2020. 180 с.
6. Бутирська О.О. Податкова політика як чинник фінансової стійкості підприємств реального сектору. *Вісник економічної науки України*. 2023. №4. С. 52–59.
7. Василик О.Д., Павлюк К.В. Державні фінанси України. Київ: Центр навчальної літератури, 2002. 592 с.
8. Галамай Р.Я. Бюджетно-податкова політика в системі макроекономічного регулювання. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 352 с.
9. Гринчук М.М. Податкові стимули інвестиційної активності: оцінка ефективності в Україні. *Фінансовий простір*. 2024. №3. С. 14–23.
10. Данілевська О.О. Податкова політика України в умовах економічних трансформацій. Київ: КНЕУ, 2020. 298 с.
11. Державна податкова служба України. Офіційний вебсайт. URL: <https://tax.gov.ua>
12. Дячук А.О. BEPS у практиці оподаткування підприємств: проблеми впровадження та перспективи. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. №7. С. 41–49.

13. Дяченко Л.І. Оподаткування підприємств: сучасні тенденції та проблеми реформування. *Економічний вісник*. 2021. №5. С. 12–20.
14. Дубровська О.С. Податкове адміністрування в Україні: сучасний стан та перспективи реформування. *Фінанси України*. 2022. №7. С. 45–58.
15. Жигало І.В. Податок на прибуток підприємств: сучасні тенденції та напрямки реформування. *Економіка і держава*. 2024. №5. С. 29–34.
16. Жулін О.І. Розвиток податкового регулювання підприємницької діяльності в умовах євроінтеграції. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2021. №12. С. 16–22.
17. Загорельська Т.Ю. Податкове адміністрування: теорія і практика. Київ: КНЕУ, 2018. 304 с.
18. Іванов Ю.Б., Карлін М.І. Податкова політика: теорія і практика. Київ: Кондор, 2017. 312 с.
19. Кіївська О.В. Ефективність податкових інструментів стимулювання зайнятості. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2023. №1. С. 73–81.
20. Кириленко О.П. Місцеві фінанси. Київ: Знання, 2014. 363 с.
21. Кізима Т.О. Податкове навантаження: сутність, оцінювання, вплив на діяльність підприємств. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. 210 с.
22. Клепанчук О.Ю., Вірт М.Я. *Податкове регулювання малого бізнесу: монографія*. Львів: ЛКА, 2017. 254 с.
23. Климчук О.В. Ризики адміністрування ПДВ для підприємств матеріалоємних галузей. *Фінансовий ринок України*. 2023. №11. С. 45–53.
24. Ковальчук Л.Ю. ЄСВ: вплив на витрати підприємств та ринок праці. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2023. №9. С. 37–43.
25. Колос І.М. Податкова політика України у контексті євроінтеграції. *Економічний часопис*. 2024. №2. С. 58–66.
26. Кондращенко О.М. Фіскальне регулювання економічного розвитку: сучасні підходи. *Економіка та регіон*. 2023. №4. С. 20–28.
27. Краус Н.М., Краус К.М. Цифровізація податкового адміністрування: виклики та перспективи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. №8. С. 12–18.

28. Крисоватий А.І. Фіскальна політика в умовах економічної нестабільності. Тернопіль: Економічна думка, 2019. 384 с.
29. Лисяк Л.В., Каламбет С.В. Соціальні фінанси. Дніпро: ДУФМ, 2016. 224 с.
30. Луніна І.О. Бюджетна та податкова політика в умовах сучасних викликів. Київ: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2019. 288 с.
31. Луцик І.М. Імплементція BEPS в Україні: стан та перспективи. *Фінансовий простір*. 2021. №2. С. 34–41.
32. Мартинюк О.В. Оподаткування ПДВ у деревообробній промисловості. *Регіональна економіка*. 2024. №1. С. 77–85.
33. Мельник М.І., Лободіна О.М. Податкова система. Київ: Знання, 2020. 472 с.
34. Мойсеєнко І.П. Модернізація податкової системи України: проблеми та шляхи. *Фінансовий ринок України*. 2022. №4. С. 31–39.
35. Молдован О.О. Фіскальна політика України. Київ: НІСД, 2019. 224 с.
36. Олексієнко О.І. Податкові ризики підприємств: сучасні методи оцінювання. *Економіка та управління*. 2021. №6. С. 54–61.
37. Олійник Т.О. ПДВ в Україні: проблеми адміністрування. *Економіка і суспільство*. 2024. №1. С. 97–104.
38. Опарін В.М. Інвестиції: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2013. 487 с.
39. Підгірна Л.С. Податкова безпека підприємств: інструменти оцінювання. *Фінанси, облік і аудит*. 2025. №1. С. 11–20.
40. Пилипенко Н.Ю. Податок на додану вартість: тенденції та проблеми адміністрування. *Фінанси України*. 2023. №3. С. 41–52.
41. Пилипенко О.Є. Податкові пільги: ефективність і ризики. *Економіка розвитку*. 2021. №2. С. 24–30.
42. Покоłodна М.М. Податкове регулювання підприємницької діяльності. Харків: ХНЕУ, 2021. 296 с.
43. Пухтинський М.І. Реформування податкової системи України. Київ: Ліра-К, 2020. 264 с.
44. Романенко О.Г. Фінанси. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 416 с.

45. Сидоренко Г.М. Особливості оподаткування підприємств у період воєнного стану. *Економічний дискурс*. 2023. №4. С. 18–26.
46. Симоненко Т.О. Прискорена амортизація як стимул модернізації виробництва. *Економічний вісник*. 2023. №12. С. 22–30.
47. Соколовська А.М. Податкова система України. Київ: Алерта, 2011. 528 с.
48. Ставицький А.В. Податковий менеджмент у цифровій економіці. *Економічний аналіз*. 2022. №8. С. 33–40.
49. Терьохіна В.В. Податкове стимулювання інвестиційної діяльності підприємств. *Економічний форум*. 2020. №3. С. 9–16.
50. Терещенко О.О. Регулятивна роль податків. *Економіка і прогнозування*. 2020. №3. С. 51–62.
51. Ткаченко Ю.В. Оцінювання податкового навантаження: методичні підходи. *Менеджмент та підприємництво*. 2024. №3. С. 33–41.
52. Федосов В.М., Юрій С.І. Фінанси. Київ: Знання, 2012. 687 с.
53. Фурман І.В. Оподаткування прибутку підприємств: сучасні аспекти. *Фінанси, облік і аудит*. 2021. №8. С. 17–24.
54. Чугунов І.Я. Публічні фінанси. Київ: КНЕУ, 2018. 416 с.
55. Чумакова А.В. Податкове регулювання в умовах цифровізації. *Бізнес Інформ*. 2023. №10. С. 63–70.
56. Шевель О.М. Оптимізація податкового менеджменту підприємств у воєнний період. *Фінанси, економіка і право*. 2024. №6. С. 18–26.
57. Шевчук О.Л. Податкова політика України: стратегічні орієнтири. *Фінанси України*. 2022. №10. С. 5–20.
58. Шклярук С.А. ПДВ в Україні: проблеми та напрями реформування. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2021. №4. С. 13–20.
59. OECD. BEPS Implementation Minimum Standards: Progress Report 2023. 256 р.