

УДК 336.02

## СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ

**Сахно О. О.**

здобувачка освітнього ступеня бакалавра,  
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-7178-3073>

**Тучак Т. В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4696-924X>

Спрощена система оподаткування в Україні сформувалася як окремий податковий режим, покликаний забезпечити доступніші умови ведення діяльності для малого підприємництва та зменшити адміністративне навантаження на суб'єктів господарювання. За більш ніж два десятиліття її функціонування цей механізм набув значної популярності серед підприємців завдяки спрощеним правилам обліку та передбачуваності податкових зобов'язань, що сприяло зростанню самозайнятості та розширенню сегмента мікробізнесу. Фінансовий ефект від застосування спрощення оподаткування відображався також у стабільних надходженнях до місцевих бюджетів, посиленні ресурсної бази громад та формуванні умов для розвитку підприємницької активності на локальному рівні. Водночас таке оподаткування забезпечувало можливості для планування фінансових потоків та адаптації підприємців до змін економічного середовища, впливаючи на формування стійких моделей господарської активності на регіональному рівні.

Спрощена система оподаткування в Україні діє як спеціальний режим, що передбачає зниження податкового навантаження та спрощення обліку для малого бізнесу. Її впровадження здійснено указом Президента №727/98 «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва», а з 1999 року застосування стало доступним для фізичних осіб-підприємців (ФОП). ССО відрізняється легкістю ведення обліку, проте визначає певні обмеження щодо видів діяльності, ліміту доходу та кількості найманих працівників, що дозволяє систематизувати застосування податкового режиму та регламентувати коло суб'єктів малого бізнесу.

Згідно з чинним податковим законодавством, спрощена система поділяється на чотири групи. Перша група призначена для ФОП, які здійснюють роздрібну торгівлю та побутові послуги населенню, зі ставкою єдиного податку до 10% від прожиткового мінімуму та єдиним соціальним внеском у розмірі 10% від мінімальної заробітної плати. Друга група охоплює ФОП, які надають послуги фізичним особам або підприємцям, а також виробників та продавців товарів і підприємців ресторанного сектору; ставка податку становить до 20% від мінімальної заробітної плати, обмеження щодо кількості найманих працівників — до 10 осіб. Третя група включає фізичних і юридичних осіб з ширшим спектром видів діяльності, ставки податку визначаються у відсотках від доходу (5% для неплатників ПДВ, 3% для платників ПДВ), при цьому немає обмеження щодо числа працівників. Четверта група орієнтована на сільськогосподарських товаровиробників, де основна частка доходу формується від агровиробництва, а ставки податку визначаються відповідно до п. 293.9 ст. 293 Податкового кодексу України [1].

У межах ССО передбачено сплату єдиного податку до місцевих бюджетів та єдиного соціального внеску на рахунки територіальних органів ДПС. Облік ведеться спрощено: платники 1 та 2 груп, а також ФОП 3 групи, що не є платниками ПДВ, ведуть книгу обліку доходів щомісяця, яку можна формувати й в електронному вигляді. Платники 3 групи, зареєстровані як платники ПДВ, ведуть облік доходів і витрат відповідно до методики

Мінфіну. Для юридичних осіб 3 групи встановлено спрощений облік за затвердженими Мінфіном правилами, що забезпечує уніфіковане ведення фінансової документації та контроль податкових зобов'язань.

Після початку повномасштабної війни у 2022 році податкова політика була оперативно адаптована до економічної ситуації. Закон України №2120-IX суттєво розширив доступ суб'єктів господарювання до спрощеної системи, у тому числі за рахунок тимчасового скасування ліміту доходу та запровадження спеціального “воєнного” режиму зі ставкою 2% для платників третьої групи. Нова модель дозволила підприємствам тимчасово уникнути податку на прибуток та частини процедур щодо ПДВ, що було критично важливим для підтримки економічної активності в умовах кризи. Водночас вона не поширювалася на підприємства, діяльність яких пов'язана з підакцизними товарами, гральним бізнесом, видобуванням корисних копалин, фінансовим сектором і нерезидентами.

Дія “особливого” режиму була обмеженою у часі та завершилася 1 серпня 2023 року згідно з узятими Україною зобов'язаннями перед МВФ. Повернення до звичайних правил супроводжувалося перехідними нормами: дохід, отриманий під час дії режиму 2%, не враховували у граничних річних обсягах, а ліміти на 2023 рік визначали пропорційно періоду перебування на стандартному режимі. Паралельно з традиційною ССО у 2022 році в Україні запрацював окремий спеціальний режим Дія.Сіті, орієнтований на ІТ-сектор. Закон №1946-IX заклав основу для пільгового оподаткування компаній-резидентів та їхніх фахівців, створивши альтернативний підхід до корпоративного оподаткування (9% податку на виведений капітал або 18% прибутку) та лояльні ставки для працівників і гіг-контракторів. Метою цього режиму стало формування конкурентного цифрового середовища та залучення інвестицій у технологічну індустрію [2].

Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у період дії воєнного стану» [5] запровадив військовий збір 5% для платників єдиного податку ФОП всіх груп крім електронних резидентів.

Динаміка податкових надходжень від єдиного податку підтверджує її фіскальну значущість. До 2021 року обсяги зборів єдиного податку щороку зростали, а останній довоєнний рік продемонстрував приріст у 122%, що становило додаткові 8251,4 млн грн. Після початку повномасштабної війни темпи збільшення різко знизилися, однак система проявила стійкість: у 2022 році приріст залишився позитивним (2%), а вже у 2023 році надходження зросли на 18%, що суттєво посилило роль єдиного податку у структурі місцевих податків — до 55,8% від загального обсягу.

Структура платників також демонструє характерні зміни. ФОП залишаються основними суб'єктами спрощеної системи, проте їхня частка скоротилася з 75,2% у довоєнний період до 68,1% у 2023 році. Це відбулося на тлі зростання частки юридичних осіб 3 групи, чий надходження збільшилися на 3668,8 млн грн у 2022 році та ще на 2094,4 млн грн у 2023 році. Така тенденція пояснюється насамперед тимчасовими податковими пільгами воєнного часу, зокрема можливістю переходу на ставку 2% від обороту. Цей режим виявився надзвичайно популярним: ним скористалися понад 265 тис. ФОПів і 53 тис. підприємств, що суттєво змінило внутрішню структуру платників 3 групи та частково компенсувало втрати інших сегментів [3, 4].

Попри складні економічні умови, кількість суб'єктів, які працюють на ССО, продовжувала зростати. У 2023 році їх налічувалося 1,78 млн, серед яких близько 87% становили фізичні особи-підприємці. Найактивнішими залишаються ФОПи 2 та 3 груп, що працюють у торгівлі, послугах, ІТ та креативних індустріях — секторах, де саме простота адміністрування та прогнозованість податкових зобов'язань відіграють визначальну роль. У сукупності ці тенденції демонструють, що спрощена система оподаткування зберігає свою ефективність як інструмент розвитку малого бізнесу і стабільний джерело доходів для місцевих бюджетів. Вона показала адаптивність до кризових умов і значний фіскальний потенціал, проте водночас потребує збалансованого оновлення, щоб поєднати стимули для

підприємництва з мінімізацією ризиків зловживань та забезпеченням належного рівня податкової прозорості.

Спрощена система оподаткування в Україні демонструє високу ефективність як механізм підтримки малого та середнього бізнесу, забезпечуючи поєднання фіскальної стабільності та стимулів для підприємницької активності. Її структурована диференціація за групами платників дозволяє адаптувати податкове навантаження відповідно до масштабу та специфіки діяльності суб'єктів господарювання, водночас спрощуючи облік і звітність. Практичний досвід показує, що навіть у кризових умовах, зокрема під час воєнного стану, система зберігає функціональну стійкість, забезпечує зростання надходжень до місцевих бюджетів та підтримує розвиток мікробізнесу й самозайнятості. Водночас зміни у структурі платників та використання тимчасових пільгових режимів підкреслюють необхідність постійного балансування між стимулюванням підприємництва, мінімізацією ризиків податкових зловживань та забезпеченням прозорості фінансової звітності, що є ключовим для довгострокового формування стійкої моделі регіонального економічного розвитку.

#### Список використаних джерел

1. Критерії перебування на єдиному податку. *TAXER*. URL: <https://taxer.ua/uk/> (дата звернення 03.12.2025).
2. Швабій К., Пилипів В., Тенденції розвитку спрощеної системи оподаткування в Україні. *Світ фінансів*. 2025. №2(83), С. 39-55. URL: <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/1812> (дата звернення 03.12.2025).
3. Добрунік, Т. Спрощена система оподаткування: фіскальна значимість та пріоритети розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-10>
4. Сідляр В., Іванова, А. Фіскальна значимість спрощеної системи оподаткування в Україні. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 73. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-79>
5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у період дії воєнного стану. Закон України від 10.10.2024 № 4015 -XI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4015-20#Text> (дата звернення 04.12.2025).

УДК 339.138:659.126/.16

#### АСОРТИМЕНТ ЯК НОСІЙ ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ МЕРЕЖІ

**Соляник К. Т.**

здобувач вищої освіти,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м.Івано-Франківськ, Україна

**Леськів Г. З.**

кандидат технічних наук, доцент,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м.Івано-Франківськ, Україна

Сьогодні в сучасних торговельних мережах асортимент є стратегічним інструментом, який визначає відчуття бренду та його позиціонування на ринку. Традиційні методи комунікації бренду, такі як реклама чи цінові акції, поступово втрачають ефективність в умовах високої конкуренції, насичення товарних категорій і зростання вимог споживачів до унікальності та відповідності цінностям мережі. Споживачі все частіше обирають бренд і