

Ревенко Олена Вікторівна,

*к.е.н., доц., доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту,
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків*

ORCID 0000-0003-0110-7291;

Ревенко Тетяна Вікторівна,

*к.держ.упр., провідний фахівець відділу з координації наукової роботи та докторантури,
Харківський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України,
м. Харків*

ORCID 0000-0003-4624-0838

УДК 336.22:316:4

doi: 10.34213/ap.20.01.28

ПОДАТКОВИЙ ІМІДЖ КРАЇНИ ТА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Теоретично обґрунтовано складові формування національного податкового іміджу та податкового іміджу бізнесу, що дозволяє ідентифікувати їх вплив на механізм забезпечення податкової конкуренції країни в інтеграційних умовах. Визначено загальні риси та податкові аспекти соціальної відповідальності в рамках заходів, що застосовуються бізнесом в умовах пандемії коронавірусу в Європейських країнах та в Україні. Також набуло подальшого розвитку визначення стратегічних умов створення податкового іміджу бізнесу з урахуванням концепції соціальної відповідальності.

Ключові слова: податковий імідж бізнесу, національний податковий імідж, соціальна відповідальність бізнесу в умовах пандемії коронавірусу, податкова культура, модернізація податкових органів, податковий потенціал.

Постановка проблеми. В сучасних умовах кожна країна, яка себе поважає, намагається створити свій неповторний бренд, власний імідж серед черги інших. І, щоб таким чином довести свою унікальність, вони покращують економіку, рівень податків та законів, і як наслідок – рівень життя населення та конкурентоспроможність бізнесу. Щоб в очах інших держав виглядати привабливими для інвестицій, інновацій та співпраці, саме податковий імідж країни та бізнесу постає одним із найбільш важливих факторів у її досягненні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми інтеграційних процесів та податкової гармонізації досліджені у роботах Г. Білецької, Ю. Іванова, В. Кармаїти, О. Кирєєвої, М. Куца, М. Пінської, О. Погорлецького та ін. Висвітленню особливостей регулювання зовнішньоекономічної діяльності присвячено багато праць таких відомих вчених економістів, як: Б. Мільнер, Д. Ванькович, К. Весельська, М. Заєць, Т. Кізима, Ю. Козак, О. Савіцька, В. Скриль, Д. Черваньов, В. Шелудько та ін. Проблемам соціальної відповідальності та іміджу у сфері державного управління присвячені роботи І. Савченко, С. Горбунової-Рубан, А. Мелякова, О. Амоші, О. Новікової, О. Чечель та ін. Проте все далі виникають нові проблеми, що вимагають вдосконалених підходів до процесу забезпечення ефективної конкуренції у податкових відносинах з огляду на виникаючі інтеграційні моделі. На сьогодні в науковій літературі не вистачає методичних підходів щодо комплексного аналізу податкових наслідків інтеграційних процесів України та формування податкового іміджу країни і бізнесу в даному контексті.

Мета дослідження. Вказані вище проблеми зумовляють мету дослідження, що полягає у визначенні податкових наслідків інтеграційних процесів України у ЄС, а також напрямів поліпшення податкового іміджу країни і бізнесу в контексті соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу. Загалом імідж визначається як цілісний, якісно визначений образ певного об'єкта, сукупність асоціацій і вражень про нього, що формуються у зовнішнього (або внутрішнього) оцінювача. Залежно від об'єкта, імідж якого розглядається, існують різні підходи до трактування сутності цього поняття. Так, імідж країни – це емоційно забарвлений образ держави та її складових: соціального, політичного, культурного та економічного (зокрема інвестиційного) аспектів, в уявленні різних цільових груп на міжнародному, національному та локальному рівнях [1, с. 6].

Формування позитивного іміджу держави – це одне з найбільш важливих стратегічних завдань національного рівня. Ключовим чинником при цьому виступає саме економіка, яка повинна виконувати певні функції, ставити перед собою завдання та виконувати їх. Таким чином, якщо економіка виконуватиме свої обов'язки та досягатиме цілі, вона буде ефективною, а ефективна економіка в свою чергу – запорука розвитку і успіху всієї держави.

Ключовим елементом економіки виступають податки, а отже важливою категорією визначення бренду є створення податкового іміджу. Ця категорія являється комплексною, вона характеризує різні сфери діяльності держави, та дає змогу визначити оцінку для потенційних інвесторів.

У сучасних умовах євроінтеграції створення податкового іміджу для України є актуальним питанням, адже вона розвивається та налагоджує нові зв'язки. Слід зазначити, що окремі аспекти податкового іміджу різних суб'єктів (країни, регіону, підприємства, сектору бізнесу) матимуть свій вплив на проходження процесу євроінтеграції.

Таким чином, можна стверджувати, що це одна з головних сфер формування та ефективної роботи економіки. А швидкість розвитку її напрямків залежить від податкової системи. Така система включає в себе державні та місцеві податки, які повинні сплачувати юридичні і фізичні особи за певних умов чи обставин. Ці відносини регулюються державною податковою політикою, яка направлена на створення оптимальної системи оподаткування та формування достатнього обсягу податкових надходжень до бюджету.

Для глобального споживача або платника податків-нерезидента важливого значення набуває бренд країни, продукцію якої він споживає або у бізнес-середовищі якої він вкладає кошти. Отже, з такої точки зору найбільш конкурентоспроможною буде сприйматись країна, податковий клімат якої сприятливий для підприємницької діяльності [5, с. 431]. Тому країна має прагнути створити національний податковий імідж, який стане відображенням переваг її податкового клімату та гарантом певної лояльності до платників податків національних податкових органів. Такий податковий бренд потрібно активно пропагувати через глобальні та національні засоби масової інформації.

Податковий імідж – це не менш важливий показник розвитку країни для її "сусідів" та ефективності податкової системи України в цілому. Це достатньо широке поняття, що включає в себе конкретні елементи і становить сукупність певних рис країни, які своїм значенням можуть розповісти іншим країнам про загальний стан держави [8].

Загальний імідж держави в науковій літературі вже давно виступає як об'єкт дослідження, але до податкового іміджу науковий інтерес з'явився нещодавно. Охопити всебічність та взаємовплив понять податкового іміджу на рівні країни та бізнесу можна через розгляд їх ключових елементів, що показані на рис. 1.

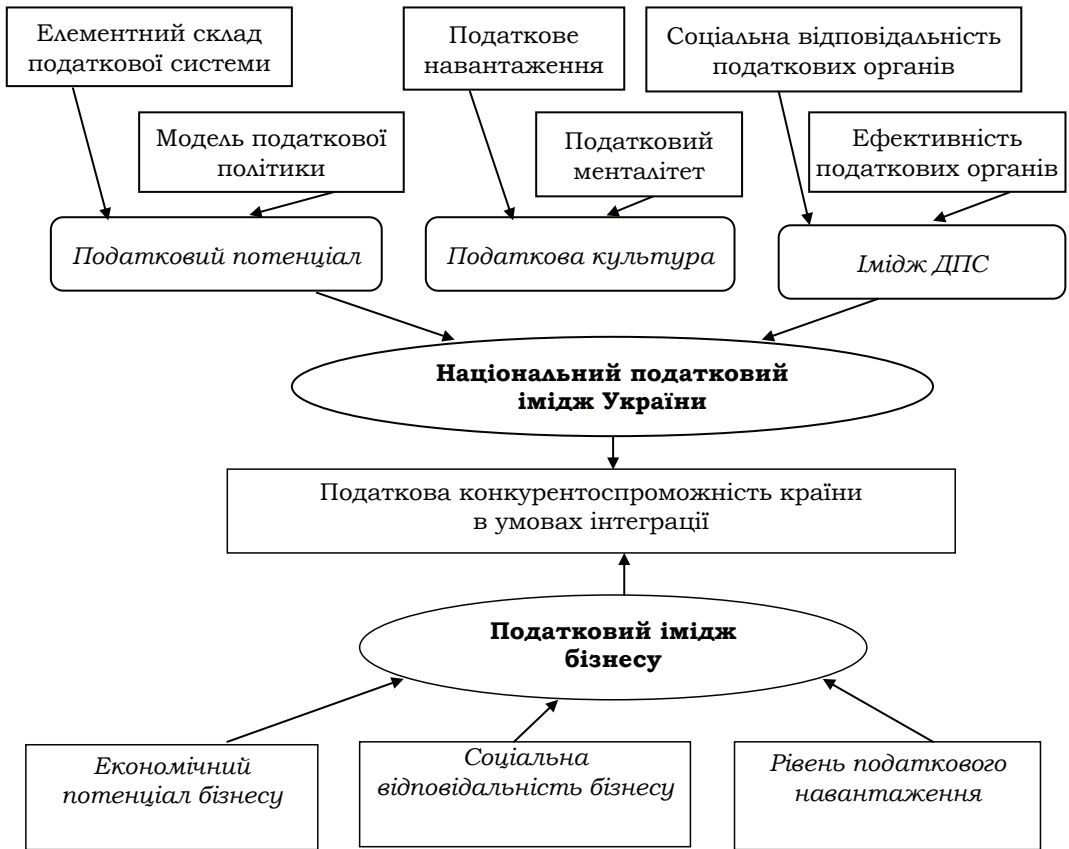


Рис. 1. Складові формування податкового іміджу країни та бізнесу

Кожен із цих елементів був окремо розглянутий різними вченими. Та найбільше їх цікавило те, що всі вони пов'язані між собою. Спільною рисою для цих елементів є схожий вплив на стабільний розвиток податкової системи.

Для повноцінного функціонування податкової системи існує податкова політика. *Податкова політика* – діяльність держави у сфері встановлення, правового регламентування та організації справляння податків та платежів до централізованих фондів грошових ресурсів держави. Використовуючи податкову політику, держава може впливати на розвиток економіки, рівень життя населення та соціальні процеси. Тому її можна вважати ключовим елементом впливу на загальний розвиток країни.

Загалом, податкова політика створюється на основі певних державних цілей та завдань. Виділяють короткострокові та довгострокові завдання. У різних країнах суттєво відрізняється економічна ситуація, тому відповідно різняться цілі і використовуються різні методи щодо їх досягнення. Для розрахунку таких цілей важливий виважений науковий підхід, що ґрунтується на попередньому досвіді та прогнозуванні. І тільки після цього створюється певна стратегія податкової політики. Обрана модель податкової політики в країні є одним з ключових факторів впливу на національний податковий імідж в цілому, та податковий імідж бізнесу зокрема. Особливостями сучасного періоду

є ситуаційні зміни, спричинені пандемією коронавірусу. Вони різняться від країни до країни, але все ж таки є певні спільні риси податкової підтримки населення та бізнесу в європейських країнах та Україні:

- передбачення відстрочки податкових платежів як для фізичних, так і для юридичних осіб без застосування штрафних санкцій;
- перенесення строків подачі податкової звітності, у т.ч. річної декларації фізичних осіб;
- мораторій на проведення податкових перевірок на визначений строк;
- звільнення від сплати певних податків підприємств, що працюють або постраждали в період карантину (наприклад, ЄСВ) тощо.

Подібні заходи не тільки стосуються економічної безпеки, а й зміцнюють національний податковий імідж, не відлякуючи іноземних представників бізнесу чи інвесторів.

Податкова культура – це одне із ключових понять в податковому іміджі, вона являє собою самосвідомість громадян до сплати податків. Нажаль, на сьогоднішній день в Україні цей показник дуже низький, оскільки населення не довіряє уряду. Це і не дивно, хоч податки являються нецільовими надходженнями, людина, за своєю природою, хоче бачити та відчувати, куди насправді йдуть її гроші. Іншими словами, коли люди зможуть побачити реалізацію податкових коштів (податкову віддачу), як наприклад у багатьох країнах Європи, вони не боятимуться віддавати частку своїх доходів державі. І лише за таких умов в нашій країні може поліпшитися податкова культура та дисципліна, а громадяни будуть більш свідомо ставитися до сплати податків.

Хоч податки і є головним джерелом надходження до бюджету, ця дія не являється примусовою. А для добровільної сплати повинен бути певний податковий менталітет, який дозволить населенню без зайвих сумнівів сплачувати податки. На жаль, у більшості українців такий менталітет сформовано на низькому рівні.

Як вже зазначалось, поняття податкової культури є не тільки ключовим елементом податкового іміджу, але являється також головним та базовим критерієм всієї податкової системи. Таким чином, воно впливає на еволюційний процес становлення податкової системи та поведінку всіх її учасників. Отже, обов'язковою умовою позитивного сприйняття країни, успішного розвитку внутрішніх громадських зв'язків є формування єдиної, загальноприйнятної для переважної частини населення, різних його верств і соціальних груп, ціннісної основи народної свідомості та формування національної ідеї країни [3].

Податковий потенціал – це можливість визначати найбільший рівень податкових надходжень з потенційних баз, які наявні на період розрахунку. Це максимально можливий рівень податкових надходжень для прогнозування та більш точного планування податкової політики та стратегії.

Також важливим критерієм є податкове навантаження на суб'єкти оподаткування. Ці показники для різних держав можуть бути однаковими, але матимуть різну силу, ефективність та вплив. Для кожної країни притаманний свій рівень оптимального податкового навантаження. Цей елемент показує наскільки суб'єкти навантажені обов'язком сплати податків. Відповідно до звіту про глобальну конкурентоспроможність, опублікованого Всесвітнім економічним форумом, рівень податкового навантаження в Україні становить 52,2 %,

а методика ВЕФ передбачає, що чим менше податкове навантаження, тим вище країна в рейтингу [6]. Проте, деякі європейські країни мають вище навантаження: Швейцарія, Бельгія, Франція, Італія тощо.

Крім цього потрібно згадати, що уряд України активно працює над модернізацією податкових органів відповідно до європейських стандартів:

1. *Реформування системи контролюючих органів у сфері оподаткування.* Даний процес має величезне значення для вдосконалення податкових відносин. Разом з тим, він повинен відповідати умовам їх виникнення та доцільності здійснення витрат на реформування цих органів. Вагомим недоліком у цьому плані є хаотичність трансформації, почасти викликаної змінами у керівництві публічної влади.

2. *Реорганізація органів податкової служби.* Така тенденція може виявлятися, наприклад, через об'єднання, розділення, зміну внутрішньої організаційної структури (кількості і складу департаментів, управлінь тощо).

3. *Перехід до клієнтоорієнтованої діяльності.* Важливими проявами цієї тенденції є переорієнтація діяльності податкових органів на полегшене надання платникам затребуваних сервісів (прикладом є перша хвиля створення Центрив обслуговування платників податків в обласних центрах України у 2012 р.) та встановлення відносин з платниками на діалоговій основі і демократичних принципах. Це викликано масштабною діяльністю щодо боротьби з корупцією та необхідністю повернути довіру платників до діяльності податкових органів.

4. *Технологізація податкових процедур.* Це здійснено в Україні на основі довгострокових проектів модернізації, які передбачають широке застосування сучасних інформаційних технологій. Основна мета при цьому – вдосконалення податкового адміністрування та підвищення ефективності податкових органів. Вони використовують технологічні бази, які, в свою чергу, допомагають підвищити якість:

- проведення окремих видів податкового контролю;
- ведення реєстрів;
- інформаційного забезпечення діяльності податкових органів;
- надання електронних податкових консультацій;
- усіх видів комунікацій платників податків з податковими органами;
- інформування громадськості про зміни податкового законодавства;
- створення архівів законодавства та баз податкових знань у постійно оновлюваному та інтерактивному режимі [7].

Використання сучасних технологій автоматизації процесів адміністрування, які здатні швидко та гнучко реагувати на зміни інструментів податкового регулювання, постійне залучення цільових інтелектуальних ресурсів та налагодження відносин з податковими службами Європи, допоможе знайти вітчизняним органам відповіді на практичні питання соціального розвитку та інтеграції України до ЄС. Таке реформування спрямоване, перш за все, на підвищення ефективності функціонування податкових органів.

Зрозуміло, що ДПС не тільки повинна працювати ефективно, а й вміти за допомогою результатів доводити доцільність своєї діяльності громадянам. Саме так і формується імідж, який мотивує людей відповідально ставитися до сплати податків. Іншими словами, імідж як один із важливих аспектів загального сприйняття податкових органів, залежить від їх ефективності та соціальної відповідальності, як показано на рис 1.

Цікавим є формування податкового іміджу самого бізнесу, який безпосередньо буде підкріплювати імідж країни. Як видно з рис. 1, цей показник буде утворюватись залежно від економічного потенціалу бізнесу, його соціальної відповідальності та рівня податкового навантаження. І якщо перший і третій пункт не викликає сумнівів, то другий настільки є важливим в сучасних умовах, що стає справжнім випробуванням на міцність, моральність і патріотизм під час пандемії коронавірусу. І тут вже не про піар. Змінились і ролі бізнесу, і їх цілісне відношення до того, що відбувається, і, звісно, маркетингові заходи, які впливають на результати, в тому числі податкові бази. Серед них: позитив у подачі інформації, дистанційне обслуговування та доставка, безготівковий розрахунок, зміна (доповнення) асортименту відповідно до потреб (продуктові та гігієнічні набори, виготовлення захисних аксесуарів /одягу (масок, легких дитячих рукавичок, антисептичних засобів замість косметичних заходів), детальний огляд товару через сайт, консультування, налагодження сайтів та програмного забезпечення для дистанційної роботи, знижки на певні категорії товарів, безкоштовна доставка поштою, просто зняття стресу шопінгом та ін. Так, дійсно, більшість з цих заходів спрямовані на збереження діяльності самих підприємств. Таку модель поведінки бізнесу можна спостерігати і в Україні, і в Європі. Але ж є і інша сторона медалі – підтримка економічного потенціалу, збереження робочих місць (в т.ч. убезпечення працівників при неминучому контакті з клієнтом), товарне забезпечення потреб населення, що в цілому знижує рівень паніки, створює цінову конкуренцію, підтримує споживання, що, до речі, забезпечує надходження до бюджету непрямих податків (ПДВ, акцизного податку). Отже, дійсний зв'язок соціальної відповідальності та податкового іміджу бізнесу має значно ширший діапазон аспектів, ніж добровільна сплата податку.

Усе це приводить до покращення загального іміджу податкової системи нашої держави. Таким чином можна сказати, що податковий імідж є загальним поняттям, що включає в себе певні елементи, та враховує їх розвиток. Тобто реформуючи та зміцнюючи кожен з цих елементів, можна досягнути певного економічного рівня розвитку та податкового іміджу.

На жаль, незважаючи на всі спроби, реформування українського податкового законодавства не настільки ефективно, яким би хотілось його бачити. Через це багато хто, використовуючи прогалини в законі, проводить махінації та ухиляється від сплати податків.

У зв'язку з цим доцільно проаналізувати податкові аспекти самих інтеграційних процесів. Слід погодитись із зауваженням, що все ж таки Україна має подумати не лише про те, як увійти в Європу, а й про те, як при цьому не розчинитись в ній, не зникнути, а зберегти себе, свою унікальну національність [4].

Як відомо, Україна вже змогла досягти великого зростання у торгівлі з ЄС. Ключовим для подальшого покращення може стати законодавча конвергенція, тобто Україна має гармонізувати свої нормативні акти й закони з європейськими нормами та стандартами. Для покращення зовнішнього іміджу України, насамперед, повинен покращитись внутрішній. Тобто країна повинна виглядати на зовнішніх аренах так, як би “хотіла виглядати сама”. Таким чином спочатку потрібно створити економіку для народу.

В державах-членах ЄС норми та принципи міжнародного податкового права більшою мірою реалізуються через призму їх зобов'язань в рамках ЄС. Узагальнення податкових наслідків інтеграції України до ЄС представлені на рис. 2.

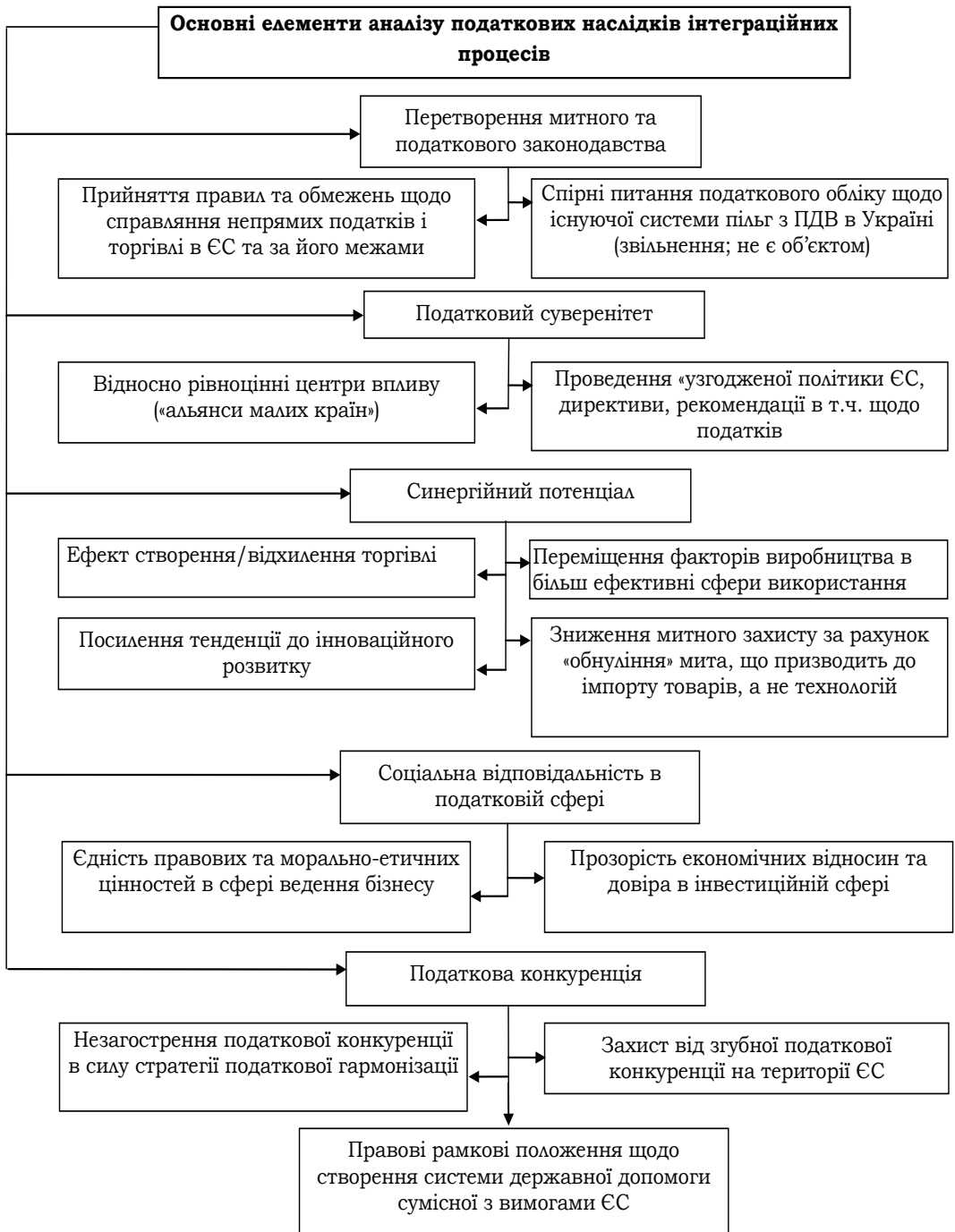


Рис 2. Податкові наслідки для України у випадку інтеграції до ЄС

Проаналізувавши податкові системи країн ЄС, можна сказати, що їхні податкові системи мають багато суттєвих переваг. Наприклад, менша кількість податків дає змогу ефективніше адмініструвати їх і сприяє прозорості системи.

Наступне – це наявність реально діючої системи оподаткування, яка сприяє наповненню в бюджет та є гарантією соціальної справедливості. А також підвищений рівень оподаткування суб'єктів господарювання, що дає державі повною мірою реалізувати свою функцію.

Незважаючи на видимі зміни, на сьогодні маємо багато проблем та прогалин в українській економіці. Це також стосується і податкової системи. Поступово країна намагається змінюватися, зокрема шляхом редагування податкового кодексу та діджиталізації послуг, та все ж до ідеалу ще далеко. Але що таке ідеал у розумінні економіки, податків, міжнародного іміджу держави? Ідеал, перш за все, – ті методи вдосконалення, за яких країна почне не-впинний розвиток; ті умови, які створить країна для кращого життя та праці; це створення такої економіки, яка зможе привернути увагу країн всього світу, та дозволить їм рахуватися з нами та будувати відносини з більшим ступенем довіри.

У сучасному світі міжнародний імідж будь-якої держави говорить про її силу економічну чи політичну, про високий рівень культурного розвитку. Він також є показником авторитетності й успішності тієї чи іншої країни на світовій арені. Все ж таки про позитивний імідж можна говорити лише тоді, коли до країни ставляться прихильно не лише зарубіжні держави, а й насамперед, власні громадяни. Особливої ж уваги своєму іміджеві повинні приділяти країни, які розвиваються, до складу яких входить і Україна.

Таким чином, щоб говорити про імідж, потрібно розуміти, як країну сприймають у світі, слухати та реагувати на побажання з боку розвинених країн. Одну із ключових ролей відіграють аналітичні центри, які є проміжною ланкою між суспільством та урядом. Вони є також важливими центрами вироблення матеріалів для аналізу та напрямку стратегій в економічній політиці.

Українська податкова система та законодавство мають певні проблеми, які потрібно вирішити перед вступом до ЄС. Головним інструментом покращення як внутрішнього, так і зовнішнього іміджу є, з одного боку, зміна або реформування податкової системи, а з іншого – податкова культура та соціальна відповідальність бізнесу. Найболючішими проблемами вважають корупцію та ще значну тіньову економіку.

Першочерговим завданням є законодавча реформа. Вона буде спрямована на покращення податкового кодексу та його частин. Так, змінивши законодавчу базу, можна змінити подальший план розвитку податкової системи. Крім цього такі зміни вплинуть і на самих платників, оскільки законне підґрунтя буде давати більше впевненості в діяльності податкових органів та податків взагалі на національному рівні.

Наступний крок – викорінення корупції, яке стане одним із головних інструментів щодо покращення податкової ситуації країни. Саме збільшення податкових надходжень до бюджету, зменшення підприємств, що виходять в тінь. Звичайно, такий крок стане ще одним кроком наближення до ЄС та збільшення загального податкового іміджу серед інших держав та серед власних громадян [2].

Також потрібно реформувати непрямі податки, зокрема ПДВ. Наразі наявні складні адміністративні операції, пов'язані з цим податком та широке коло пільг. Отже спростивши їх, можливо буде покращити рівень контролю за дотриманням податкових зобов'язань щодо ПДВ.

Для подолаття проблем потрібно, перш за все, визначити подальші податкові пріоритети, потім вже по мірі реалізовувати задумане. Безпосередньо створення сприятливих умов для вільної конкуренції, тобто зменшення адміністративних бар'єрів на шляху руху капіталу, в тому числі і в зовнішній торгівлі. Також можливе створення спеціальних податкових режимів для інвестиційних коштів. Не втручання влади в процеси оподаткування, крім того створення певних пільгових режимів під час здійснення великих капіталоукладень в Україну.

Враховуючи лише податковий інструмент регулювання економіки, можна взагалі вважати входження до ЄС доцільним та правильним. Незважаючи на певні ризики, що наявні у будь-якому важкому рішенні, є досить багато переваг, що підвищують загальний економічний рівень, податковий рівень та загальний імідж держави.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Таким чином, можна сказати, що все-таки важливим та ефективним елементом створення позитивного бачення України іноземними країнами (особливо для інвестування, та ведення тут бізнесу) є саме податковий імідж. Якщо буде поставлена першочергова мета щодо його підвищення, будуть реформовані та удосконалені і його елементи. Такими елементами є саме податкова культура, податковий потенціал, конкурентоспроможність, сама податкова система та податкова політика. Досягненню визначеного результату також буде сприяти загальне підвищення економічної ситуації країни, яка тим чи іншим боком залежить від іміджу. У подальшому це дозволить позитивно впливати на загальну податкову культуру населення, можливо навіть змінить загальний менталітет та податкову самосвідомість громадян.

Тож на основі проведеного аналізу обґрунтовано, що поліпшення податкового іміджу України можливо шляхом подальшого реформування системи податкових органів та їх стабільності, підвищення якості клієнтоорієнтованої діяльності, та продовження технологізації всіх податкових процедур.

Безпосередній вплив на нього має податковий імідж бізнесу. Доведено, що в інтеграційних умовах соціальна відповідальність в податковій сфері здатна забезпечити єдність правових та морально-етичних цінностей в сфері ведення бізнесу та прозорість економічних відносин і довіру в інвестиційній сфері. Докладне дослідження вказаних аспектів викликає певний науковий інтерес та має суттєві перспективи подальших розвідок.

Список використаних джерел

1. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи реформування. *Український інформаційний простір* : науковий журнал / Київський нац. ун-т культури і мистецтв, Ін-т журналістики і міжнародних відносин. Київ, 2013. Ч. 2. С. 4–9.
2. Види податків у ЄС. URL: http://ukrainepravo.com/international_law/european_union_law/vydy-podatkov-u-es/ (дата звернення: 11.02.2020).
3. Емерсон М. Три рівні євроінтеграції: як ЄС змінити бачення свого майбутнього. URL: <https://www.euointegration.com.ua/articles/2019/06/14/7097339/> (дата звернення: 11.02.2020).

4. Мінґареллі Х. Сьогодні головною перешкодою для українських товарів на шляху до Європи залишається саме законодавство. URL: <https://tyzhden.ua/Society/205349> (дата звернення: 11.02.2020).

5. Податкова політика: теорія, методологія, інструментарій : навч. посіб. / за ред. д.е.н., проф. Ю. Б. Іванова, д.е.н., проф. І. А. Майбурова. Харків : ВД "ІНЖЕК", 2010. 492 с.

6. Податкове навантаження. URL: https://biz.ligazakon.net/ua/news/174450_podatkove-navantazhennya-v-ukraїn (дата звернення: 11.02.2020).

7. Ревенко О. В. Проблеми формування іміджу та соціальної відповідальності органів ДФС в Україні. *Актуальні проблеми державного управління*. 2016. № 2 (50). URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/apdu/2018-1/doc/5/02.pdf> (дата звернення: 11.02.2020).

8. Чечель О. Ю. Формування іміджу держави на міжнародній арені. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2016/20.pdf (дата звернення: 11.02.2020).

Revenko O. V.,

PhD in Economics, Associate Professor of Business Economics and Management Department, KhNUE, Kharkiv

ORCID 0000-0003-0110-7291;

Revenko T. V.,

PhD in Public Administration, Leading Specialist of Research Coordination and Doctoral Studies Department, KRI NAPA, Kharkiv

ORCID 0000-0003-4624-0838

TAX IMAGE OF THE COUNTRY AND BUSINESS IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION

Important institutes for economic development are taxes, which need more of attention and reform, taking into attention their impact on the tax image and socio-economic development of the country. An effective element in creating a positive vision of Ukraine for foreign countries (especially for investing and doing business here) is the tax image. If the priority goal of raising it is set, its elements will be reformed and improved. These elements include tax culture, tax potential, competitiveness, tax system and tax policy. The achievement of a certain result will also be facilitated by the general improvement of the economic situation of the country, which in one way or another depends on the image. In the future, this will have a positive impact on the general tax culture of the population, and may even change the general mentality and tax awareness of citizens.

The components of national tax image formation and tax image of business are theoretically substantiated, which allows to identify their influence on the mechanism of ensuring tax competition of the country under integration conditions. Therefore, on the basis of the conducted analysis, it is proved that improvement of the Ukrainian tax image is possible by further reforming the system of tax authorities, ensuring its stability, improving the quality of client-oriented activity, and continuing digitalization of all tax procedures.

The general features and tax aspects of social responsibility in the framework of measures applied by the business in the conditions of the coronavirus pandemic in European countries and in Ukraine are determined. It also further developed the definition of strategic conditions for creating a tax image of a business, taking into attention the concept of social responsibility.

It has been proved that under integration conditions social responsibility in the tax sphere is able to ensure the unity of legal and moral and ethical values in the field of doing business and transparency of economic relations and trust in the investment sphere.

Keywords: business tax image, national tax image, business social responsibility in the context of a coronavirus pandemic, tax culture, tax authorities modernization, tax potential.

References

1. Verbytska, H. (2013). Mizhnarodnyi imidzh Ukrainy: problemy ta shliakhy reformuvannia [Ukraine's International Image: Problems and Ways to Reform]. *Ukrainskyi informatsiynyi prostir: Naukovyi zhurnal*. Kyivskiy nats. un-t kultury i mystetstv, In-t zhurnalistyky i mizhnarodnykh vidnosyn. Kyiv, vol. 2, 4–9 [in Ukrainian].

2. Vydy podatkov u YeS [Types of taxes in the EU]. URL: http://ukrainepravo.com/international_law/european_union_law/vydy-podatkov-u-es/ [in Ukrainian].

3. Emerson, M. (2019). Tryi rivni yevrointehratsii: yak YeS zminyty bachennia svoho maibutnoho [Three levels of European integration: how the EU can change its vision for the future]. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2019/06/14/7097339/> [in Ukrainian].
4. Mingarelli, Kh. Sohodni holovnoi pereshkodoiu dlia ukrainskykh tovariv na shliakhu do Yevropy zalyshaietsia same zakonodavstvo [Today, legislation itself remains a major obstacle to Ukrainian goods on their way to Europe]. URL: <https://tyzhden.ua/Society/205349> [in Ukrainian].
5. Ivanov Yu.B., Maiburov I.A. (Eds). Podatkova polityka: teoriia, metodolohiia, instrumentarii: navchalnyi posibnyk [Tax Policy: Theory, Methodology, Instrumentation: A Tutorial]. (2010). Kharkiv: VD "INZhEK" [in Ukrainian].
6. Podatkove navantazhennia [Tax burden]. URL: https://biz.ligazakon.net/ua/news/174450_podatkove-navantazhennya-v-ukran [in Ukrainian].
7. Revenko, O.V. (2016). Problemy formuvannia imidzhu ta sotsialnoi vidpovidalnosti orhaniv DFS v Ukraini [Problems of formation of image and social responsibility of SFS bodies in Ukraine]. *Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia*, 2 (50). URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2018-1/doc/5/02.pdf> [in Ukrainian].
8. Chechel, O.Yu. (2016). Formuvannia imidzhu derzhavy na mizhnarodnii areni [Formation of the state image in the international arena]. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2016/20.pdf [in Ukrainian].

Надійшла до редколегії 28.02.2020 р.