

СЕКЦІЯ 8 БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 336.21:657.2

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2021-4-13>**Костишин Н.С.**

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін
Чортківського навчально-наукового інституту
підприємництва і бізнесу
Західноукраїнського національного університету*

Ковальчук Ю.П.

*викладач кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін
Чортківського навчально-наукового інституту
підприємництва і бізнесу
Західноукраїнського національного університету*

Kostyshyn Nataliia

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Basic and Specialized Disciplines
Chortkiv Educative and Research Entrepreneurship and Business Institute
of West Ukrainian National University*

Kovalchuk Yulia

*Lecture of the Department of Basic and Specialized Disciplines
Chortkiv Educative and Research Entrepreneurship and Business Institute
of West Ukrainian National University*

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ РУХУ ВІЗИТНИХ КАРТОК

FEATURES OF ACCOUNTING AND TAXATION OF BUSINESS CARDS

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сучасні аспекти використання, обліку та оподаткування візитних карток. Зокрема, вивчено сутність поняття «візитна картка», систематизовано класифікацію візитів залежно від їх застосування. Особливу увагу приділено діловим візитовим карткам, що також є інструментом реклами, як і корпоративні. Авторами обґрунтовано, чому ділові візитки не є «додатковим благом», відповідно, показано вплив такого рішення на процес оподаткування виготовлення цього виду візитів. Розкрито особливості відображення інформації про рух візитних карток в обліку, запропоновано аналітичні рахунки для деталізації інформації про собівартість виготовлених власними силами або придбаних за кошти візитів. Наведено послідовність відображення в обліку витрат з моменту передачі (списання з балансу) візитових карток залежно від центру відповідальності.

Ключові слова: візитна картка, візитівка, реклама, облік, актив, запас, додаткове благо, трудові відносини, оподаткування, податок з доходів фізичних осіб.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены современные аспекты использования, учета и налогообложения визитных карточек. В частности, изучена сущность понятия «визитная карточка», систематизирована классификация визиток в зависимости от их применения. Особое внимание уделено деловым визитным карточкам, что также являются инструментом рекламы, как и корпоративные. Авторами обосновано, почему деловые визитки не являются «дополнительным благом», соответственно, влияние такого решения на процесс налогообложения изготовления этого вида визиток. Раскрыты особенности отображения информации о движении визитных карточек в учете, пред-

ложены аналитические счета для детализации информации о себестоимости изготовленных собственными силами или приобретенных за финансовые средства визиток. Приведена последовательность отражения в учете затрат в момент передачи (списания с баланса) визитных карточек в зависимости от центра ответственности.

Ключевые слова: визитная карточка, визитка, реклама, учет, актив, запас, дополнительное благо, трудовые отношения, налогообложение, налог с доходов физических лиц.

ANNOTATION

The article considers modern aspects of the use, accounting and taxation of business cards, which are currently an integral part of communication and exchange of contacts in the business world. In particular, the essence of the concept of "business card" is studied, which is a carrier of information not only about the person-owner, but usually also contains information about the activities of the enterprise where its owner works. The classification of business cards into personal, business and corporate depending on their application and the information presented on them is systematized. Particular attention is paid to business cards, which are also a tool for advertising, as well as corporate, because, when they are distributed is the primary information to society, business partners about the company (company) and its activities. The authors substantiate why business cards are not an "additional benefit", because they are issued to employees not for his personal purposes, but to achieve business goals of the employer: expanding customer base, increasing sales, making a profit, etc., in addition, companies do not give them in the property, but only oblige employees to use such cards during contacts with various participants in economic activity. Accordingly, the influence of such a decision on the process of taxation of the manufacture of this type of busi-

ness cards is shown. The peculiarities of displaying information on the movement of business cards in the account, which requires their identification as "assets", or rather – "stocks", because they fully meet the criteria for defining these terms, presented in the legislation of Ukraine. Business cards are a controlled material resource of the enterprise, in which in the past certain funds or other stocks are invested, and in the future it is expected to receive from their distribution economic effect – benefit, it is an asset of the enterprise. Analytical accounts are offered to detail information on the cost of self-made or purchased business cards, which will facilitate the formation of clear management reports, will provide specific information for internal analysis. The sequence of reflection in the accounting of expenses at the time of transfer (write-off from the balance) of business cards depending on the center of responsibility with the use of certain primary documents is given.

Key words: business card, business card, advertising, accounting, asset, stock, additional benefit, labor relations, taxation, personal income tax.

Постановка проблеми. Кожне підприємство, кожен підприємець як фізична особа прагне отримувати позитивний ефект від своєї діяльності, тобто отримувати прибуток. Запорукою досягнення останнього, безумовно, є розширення кордонів збуту продукції (товарів) чи виконання послуг, що потребує від суб'єкта господарювання налагодження нових знайомств, контактів, укладання угод із новими контрагентами. Одним із елементів допомоги у поширенні та обміні контактної інформації у діловому світі є візитні картки, без яких сучасний бізнес і навіть побут уже важко уявити. На виготовлення й використання візиток витрачається певна частина коштів, що, відповідно, потребує правильного їх відображення в обліку та оподаткуванні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні сторінки інтернет-газет наповнені статтями про введення так званого нового податку на візитні картки, тобто публікуються роз'яснення ДФС у Тернопільській, Львівській та інших областях, що «візитні картки, виготовлені для працівників, на яких зазначені, зокрема, логотип, реквізити суб'єкта господарювання та особисті дані конкретного працівника, є додатковим благом, отриманим платником податків від роботодавця, а їх вартість включається до загального оподаткованого місячного доходу, з якого утримується податок за ставкою, встановленою пунктом 167.1 ПКУ, тобто сьогодні це 18%» [1–4]. Зазначимо, що такі роз'яснення податківців періодично з'являються вже не один рік і викликають дискусію щодо їх правомірності не лише з боку суб'єктів господарювання, юристів [5–7], але й навіть від представників Міністерства фінансів [8]. Заразом представники податкової однозначно не можуть визначитися, чи належать візитки до інструменту реклами.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Відповідно, така неузгодженість у трактуванні законів різними органами влади та юридичними особами зумовлює виникнення низки питань, які потребують уточнення. По-перше, чи є візитні картки елементом реклами? По-друге, чи підлягає їх виготовлен-

ня оподаткуванню? Якщо так, то які податки слід сплачувати? По-третє, як відображати інформацію про рух візитівок в обліку?

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета дослідження полягає у систематизації сутності поняття «візитна картка», з'ясуванні особливостей їх застосування за сучасних умов ведення бізнесу та відображенні інформації про рух візитівок в обліку та оподаткуванні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішність функціонування на сучасному ринку будь-якого виду діяльності чи господарювання вимагає позитивного іміджу про суб'єкт бізнесу, його схвальної репутації. Дотримання високого рівня репутації у діловому світі супроводжується низкою етичних правил та норм, одним із яких є використання візитних карток під час спілкування, особливо під час першого знайомства, обміну контактами тощо.

У Тлумачному словнику української мови подано визначення візитної картки: «картка з прізвищем, ім'ям та по батькові, іноді з адресою її власника для вручення під час знайомства або візиту» [9]. Отже, візитівка є носієм інформації про особу-власника, сьогодні її застосування набуло широкого кола популярності, а в деяких країнах світу (в Китаї, Кореї, Японії, Гонконзі) навіть служить офіційним документом.

Появу перших зразків візиток датують III століттям нашої ери, коли китайський імператор видав указ про те, що кожен державний чиновник повинен мати при собі невеличку паперову картку (червоного кольору з написом чорним чорнилом) із основною інформацією про її володаря, тобто особистих даних та посади [10]. Масштабне використання паперових візитних карток історично пов'язують із періодом правління Людовика XIV у Франції, згодом їх популяризація відбулась у Німеччині, Японії, а також у Царській Росії за правління Катерини II. В Україні візитки користувалися попитом не тільки серед чиновників чи представників певних професій, зокрема адвокатів, лікарів, але й серед представників культури і мистецтва. Однак із приходом комуністичної влади (створення СРСР) використання візитівок було заборонено, отже, тільки із встановленням незалежності України вони знову заповнили сучасний діловий світ.

Через масштабність та різносторонність використання візитки почали розподіляти на певні види, такі як особисті, ділові, корпоративні (рис. 1).

Отже, у сфері бізнесу найбільше використовуються ділові та корпоративні візитові картки, які є не тільки носіями особистої інформації про їх власників, але й стали, на нашу думку, невід'ємним атрибутом реклами суб'єкта господарювання. Управлінський персонал підприємств (установ, організацій) приділяє велику увагу виготовленню ділових візитівок своїм працівникам із розміщенням на них, крім да-

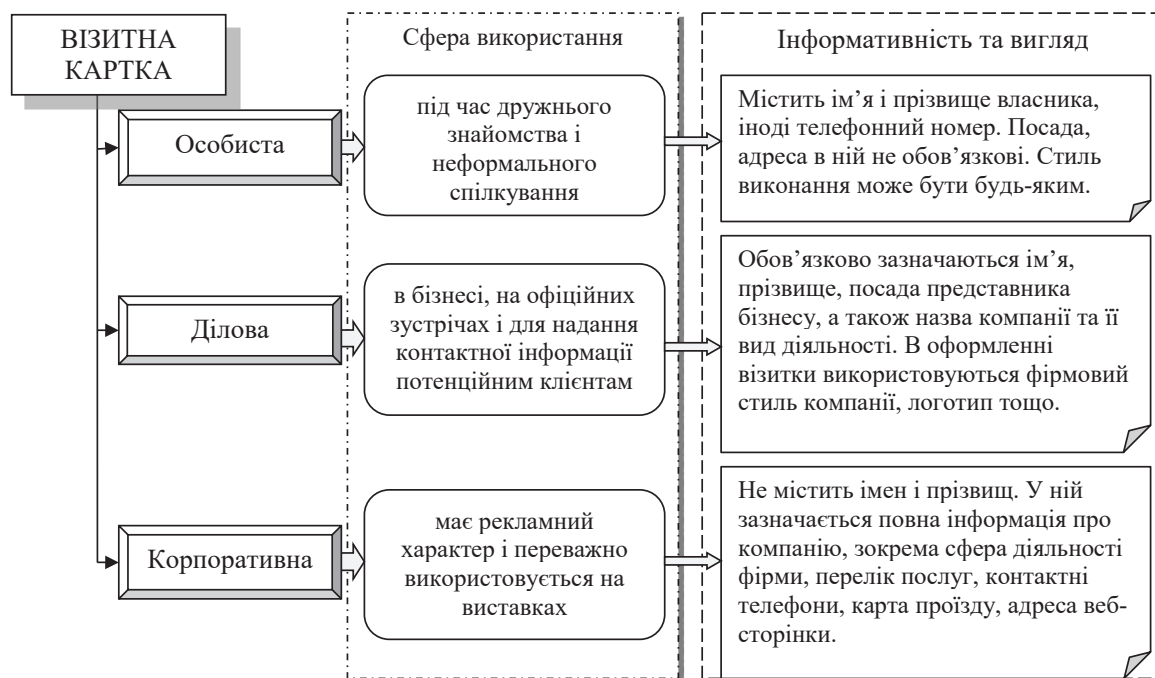


Рис. 1. Види візитних карток, їх використання та вигляд

Джерело: побудовано авторами на основі [11]

них про особу-представника, логотипів, торгових знаків, марок, певних фірмових позначок, адже під час поширення таких карток відбувається першочергове інформування суспільства, бізнес-партнерів саме про підприємство (компанію), його діяльність. Це дає змогу фірмам налагоджувати нові контакти з учасниками господарських відносин, поширювати свою контактну інформацію, тобто несе безпосередню користь самому підприємству. Таким чином, використання фірмами ділових і корпоративних візитівок повністю узгоджується з визначенням дефініції «реклама», сформульованим у статті 1 Законі України «Про рекламу»: «реклама – інформація про особу чи товар, поширена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких осіб чи товару» [12]. Зважаючи на законодавче трактування, ми вважаємо, що ділові та корпоративні візитівки є рекламним інструментом, необхідним для ведення й розвитку підприємством (фірмою) своєї господарської діяльності.

Рух візитних карток супроводжується певними фінансовими затратами, що вимагає чіткого відображення інформації про них в обліку та оподаткуванні. На жаль, сьогодні, як уже зазначалось, такого єдиного узгодженого та затвердженого механізму немає. Відмінності спостерігаємо у роз'ясненнях представників ДФС, які вимагають від податкових агентів сплати за виготовлення й використання ділових візитівок ПДФО, трактуючи їх як «додаткове благо» [1–4], а використання корпоративних візитівок не підлягає обкладанню цим податком. Увага податківців під

час визначення поняття «додаткові блага», яке подане у підпункті 14.1.47 ПКУ, націлена лише на його першу частину, тобто візитівки, які виготовляються підприємствами для своїх працівників із зазначенням логотипів, реквізитів фірм тощо, а також особистих даних працівника, відносять до нематеріальних цінностей, які отримують працівники підприємств від роботодавців (податкових агентів) як дохід, що не є заробіткою платнею. При цьому ігнорують фразу «якщо такий дохід <...> не пов'язаний з виконанням обов'язків трудового найму або не є винагородою за цивільно-правовими договорами (угодами), укладеними з таким платником податку» [13].

На нашу думку, такі роз'яснення податкових органів є не зовсім правомірними та неповністю обґрунтованими.

По-перше, ми не бачимо особливої різниці у використанні корпоративних та ділових візитівок у діяльності підприємств, оскільки обидва види візитівок є рекламними інструментами, які використовують фірми для залучення нових клієнтів, контрагентів, уточнення своїх координат тощо, звичайно, їх поширення здійснюється працівниками суб'єкта господарювання, котрі обов'язково перебувають з цим суб'єктом у трудових відносинах. Отже, іменні ділові візитівки мають безсумнівне відношення до виконання їх власником (працівником підприємства) обов'язків трудового найму. Таку ж думку висловлюють юристи міжнародної мережі «Crowe Global», які вважають, що візитівки «видаються працівникам не для особистих його цілей, а для досягнення бізнес-цілей роботодавця (розширення кола клієнтів, збільшення продажів, отримання прибутку тощо)» [6].

По-друге, вважаємо, що, отримавши від підприємства ділові візитки, працівник не отримує жодного «додаткового блага», ніяких особистих вигід, адже заробітна плата працівника залежить перш за все від виконаних ним робіт (наданих послуг) і прямо пропорційно не пов'язана зі збільшенням загального доходу підприємства. Факт відображення на діловій візитівці особистих даних працівника не є константою, що клієнт, котрий у майбутньому скористається інформацією з такої візитової картки, буде обслуговуватися саме цим працівником, а не, наприклад, його співробітником. Заразом підприємства під час передачі своїм працівникам іменних візитівок з логотипами фірми не віддають їх у власність, а тільки зобов'язують працівників використовувати такі картки під час контактів з різними учасниками господарської діяльності. Крім того, таку візитівку не можна використати під час товарного обміну чи під час здійснення будь-яких розрахунків. Отже, працівник від володіння діловою візитівкою не отримує жодного доходу.

Звичайно, не слід забувати, що підпунктом 4.1.1 Податкового кодексу України передбачено застосування принципу презумпції правомірності рішень платника податку у разі неоднозначного трактування його прав та обов'язків [13].

Таким чином, враховуючи наведені аргументи, вважаємо, що ділові візитові картки, які виготовлені роботодавцем та містять, крім логотипів, фірмових знаків, особисті дані працівника, не є додатковим благом, відповідно, вони не повинні оподатковуватися податком із доходів фізичних осіб, а також військовим збором. Задля забезпечення юридичної впевненості щодо правомірності не включання у базу нарахування ПДФО вартості візитних карток управлінському персоналу слід дотриматися порад консультантів бухгалтерського обліку та юристів, які рекомендують, що виготовленню візи-

ток повинен передувати наказ із зазначенням у ньому прізвищ усіх працівників (кому виготовляються візитові картки) та з обов'язковим вказанням «для їх використання у межах виконання трудових обов'язків» (частка «а» підпункту 164.2.17 ПКУ) [5; 6; 14].

Для відображення інформації про рух візиток у бухгалтерському обліку їх слід ідентифікувати як «актив», точніше «запас», оскільки вони повністю відповідають критеріям визначення, поданого у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [15] та ПСБО 9 «Запаси» [16], адже візитові картки є контрольованим матеріальним ресурсом підприємства, у який в минулому вкладено певні кошти чи інші запаси, а в майбутньому очікується отримати від їх поширення економічний ефект – вигоду, тобто є активом підприємства. Їх використання суб'єктами у господарській діяльності спрямоване на збільшення подальшого продажу виготовленої продукції (надання послуг), тому візитні картки підпадають під характеристику запасу згідно з пунктом 4 ПСБО 9 [16]. Отже, їх облік слід вести у другому класі «Запаси» відповідно до Плану рахунків.

Сьогодні значна частина бухгалтерів вартість отриманих візитних карток записують у дебет рахунку 22 «Малоцінні швидкозношувані предмети», керуючись фактом їх використання до одного операційного циклу або року, а також здебільшого їх невисокою вартістю (за даними поліграфічних послуг у мережі Інтернет, вартість 1 000 штук візиток коштує від 210 до 500 грн. залежно від складності друку, якості паперу тощо). На нашу думку, використання рахунку 22 для таких цілей є не зовсім правомірним. Вважаємо, що для обліку візиток доцільніше використовувати субрахунок 209 «Інші матеріали», адже він призначений для відображення інформації про бланк суворої

Таблиця 1

Аналітичні рахунки для обліку візитних карток

Код синтетичного рахунка	Код субрахунку	Код аналітичного рахунку	Найменування	
20	209	2091	20911	Виробничі запаси
				Інші матеріали
				Бланки суворого обліку (за вартістю придбання)
				Документи, що засвідчують особу, подію, освіту, трудовий стаж
			209111	Візитні картки отримані
			209112	Візитні картки, виготовлені власними силами
		20912	Проїзні документи	
		20913	Знаки поштової сплати	
		20914	Документи, що обслуговують грошовий обіг	
		2092	Відходи виробництва (обрубки, обрізки, стружка)	
		2093	Невиправний брак	
2094	Матеріальні цінності, одержані від ліквідації основних засобів, які не можуть бути використані як матеріали			

Джерело: розроблено авторами

звітності, в тому числі, документів, що засвідчують особу чи подію. Візитні картки є саме такими документами, адже вони несуть інформацію про підприємство, його найменування та координати, телефонні номери, а ділові візитки ще й засвідчують особисті дані працівників підприємства, тому в робочому плані рахунків підприємств пропонуємо виокремити такі аналітичні рахунки (табл. 1).

Використання наведених аналітичних рахунків допоможе підприємству чітко облікувати собівартість візитних карток у розрізі отриманих за кошти чи безоплатно (рахунок 209111) та виготовлених власними силами (рахунок 209112). Отже, якщо підприємство отримало візитові картки за кошти від виконавців поліграфічних послуг чи компаній, які їх виготовляють, то в обліку на визначену суму слід формувати наступне проведення: Дт 209111, Кт 63. Якщо ж підприємство самостійно виготовляє візитівки, то проведення будуть мати такий вигляд: Дт 209112 на повну вартість карток, а Кт 201 – на суму матеріалів, витрачених на виготовлення візитівок. З огляду на той момент, що сьогодні облік автоматизований, то складності у веденні такої аналітики не буде. Зате така деталізація, на наш погляд, забезпечить можливість формування чітких управлінських звітів, даватиме конкретну інформацію для внутрішньогосподарського аналізу, а також сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень керуючим персоналом фірми.

Підприємствам процес передачі візитових карток своїм працівникам для використання за їх призначенням доцільно супроводжувати оформленням актів щодо списання таких товарно-матеріальних цінностей. Ми підтримуємо думку Ю. Єгорова про те, що в таких актах потрібно зазначити прізвище, ім'я, по батькові та посаду працівника, якому видано візитні картки, щоб за цими даними визначити напрям списання витрат на виготовлення або придбання візитних карток, який потрібно вибирати залежно від сфери діяльності працівників, яким надано картки [5], тобто під час передачі (списання з балансу) візитових карток слід їх вартість зарахувати до складу витрат за центрами відповідальності таким чином:

– на рахунок 92 «Адміністративні витрати», якщо такі візитівки надають управлінському персоналу задля налагодження партнерських відносин, розширення кола ділових партнерів тощо;

– на рахунок 93 «Витрати на збут», якщо візитки передаються менеджерам різних рангів, що займаються реалізацією продукції (послуг), адже їх головною метою є пошук нових клієнтів-покупців;

– на рахунок 949 «Інші витрати операційної діяльності», якщо візитні картки отримують працівники незначних посадових рангів, а виконання ними трудових обов'язків вимагає використання таких карток.

Висновки. Візитні картки стали невід'ємним елементом сучасної комунікації ділового світу. Вектор їх використання змістився з першочергової функції, якою є інформування співрозмовника про особисті дані власника картки, в бік популяризації діяльності підприємств, фірм, організацій, з якими особа-власник візитівок пов'язана трудовими відносинами. Сьогодні візитові картки класифікують на особисті, ділові та корпоративні. Останні два види найбільш популярні й застосовувані. Вони є інструментом реклами суб'єкта господарювання, оскільки під час їх поширення відбувається першочергове інформування бізнес-партнерів, контрагентів, покупців, клієнтів саме про підприємство (компанію), його діяльність. У зв'язку з цим такі картки не є «додатковими благами», на відміну від трактування податківців, отже, не підлягають оподаткуванню ПДФО та військовим збором. Якщо візитки закуплені підприємством, яке є платником податку на додану вартість, то необхідно сплатити ПДВ організації, що їх виготовляла. Також витрати на собівартість виготовлених чи придбаних візитівок слід зараховувати до операційних витрат і включати під час розрахунку податку на прибуток, при цьому доцільно слідкувати за наявністю усіх первинних документів. Управлінському персоналу для юридичної впевненості у законності дій слід перед виготовленням чи замовленням візиток видавати наказ із зазначенням у ньому конкретних прізвищ працівників, кому призначені візитові картки, та обов'язково зазначити, що їх використання призначено у межах виконання трудових обов'язків. Для чіткості та повноти відображення інформації про рух візитних карток в обліку підприємствам рекомендуємо використовувати подані у статті аналітичні рахунки, що відкриваються до субрахунку 209 «Інші матеріали», а під час списання візиток з балансу слід зараховувати їх вартість до складу витрат за центрами відповідальності на рахунки дев'ятого класу. Такий облік сприятиме формуванню правдивої повної інформації та допоможе управлінському персоналу приймати ефективні рішення щодо розподілу фінансових ресурсів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чи оподатковувати ПДФО виготовлену візитівку для працівника? URL: <https://news.dtk.ua/taxation/pdf/68300> (дата звернення: 06.08.2021).
2. Виготовили візитні картки для працівників: що з ПДФО? URL: <https://news.dtk.ua/taxation/pdf/70874> (дата звернення: 29.07.2021).
3. Візитна картка для працівника: що з оподаткуванням? URL: <https://medoc.ua/blog/vizitna-kartka-dlja-pracivnika-shho-z-opodatkuvannjam> (дата звернення: 05.08.2021).
4. Візитівка – знову додаткове благо. URL: <https://profpressa.com/news/vizitivka-znovu-dodatkove-blago> (дата звернення: 06.08.2021).
5. Єгорова Ю. Візитні картки – не благо для працівників. URL: <https://online.dtk.ua/Book/%C2%AB%D0%94%D0%>

- 9A%C2%BB%20%E2%84%9603-2014.epub/navPoint-7 (дата звернення: 05.08.2021).
6. Вартість візиток для працівників, на думку ДФС, обкладається ПДФО. URL: <http://www.omp-tax.com.ua/ua/main-menu-rol-gosudar-stvennoj-regulyatornoj-sluzhby-v-zashhite-prav-nalogoplatelshnikov-/vartist-vizitok-dlya-pracivnikov-na-dumku-dfs-obkladayetsya-pdf.html> (дата звернення: 03.08.2021).
 7. Отримав візитку – сплати ПДФО: позиція ДФСУ. URL: <https://taxlink.ua/ua/news/otrimav-vizitku-splati-pdf-po-zoziija-dfsu.htm> (дата звернення: 06.08.2021).
 8. Мінфін розкритикував ДФС за податок на візитки. URL: <https://news.dtki.ua/taxation/pdf/37649> (дата звернення: 05.08.2021).
 9. Словник української мови : в 11 т. / за ред. І. Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970–1980. URL: <http://www.inmo.org.ua/sum.html?wrд> (дата звернення: 06.08.2021).
 10. Первые визитки: когда появились и история возникновения визитных карточек. URL: <https://offset.moscow/a239824-pervye-vizitki-kogda.html> (дата звернення: 06.08.2021).
 11. Види візитних карток. URL: https://www.kulikoff.com.ua/articles_view/vidi-vizitnih-kartok (дата звернення: 06.08.2021).
 12. Про рекламу : Закон України зі змінами та доповненнями від 30 червня 2021 р. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1996. № 39. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96> (дата звернення: 06.08.2021).
 13. Податковий кодекс України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2011. № 13–14, № 15–16, № 17. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 06.08.2021).
 14. Бубирь І. Обліковуємо витрати на рекламу. URL: http://cons.parus.ua/_d.asp?r=0AACId83950920907a121102c897df89e23b0 (дата звернення: 07.08.2021).
 15. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України зі змінами та доповненнями від 14 липня 2020 р. № 776-IX. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1999. № 40. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 08.08.2021).
 16. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 9 «Запаси» : Наказ Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999 р. № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> (дата звернення: 09.08.2021).
- able at: <https://medoc.ua/blog/vizitna-kartka-dlja-pracivnika-shho-z-opodatkovannjam> (accessed 5 August 2021).
4. Vizytivka – znovu dodatkove blaho [Business card – again an additional benefit]. Available at: <https://propressa.com/news/vizytivka-znovu-dodatkove-blaho> (accessed 6 August 2021).
 5. Yehorova Yu. (2021). Vizytni kartky – ne blaho dlia pratsivnykiv [Business cards are not good for employees]. Available at: <https://online.dtki.ua/Book/%C2%AB%D0%94%D0%9A%C2%BB%20%E2%84%9603-2014.epub/navPoint-7> (accessed 5 August 2021).
 6. Vartist vizytok dlia pratsivnykiv, na dumku DFS, obkladaietsia PDFO [The cost of business cards for employees, according to the SFS, is subject to personal income tax]. Available at: <http://www.omp-tax.com.ua/ua/main-menu-rol-gosudarstvennoj-regulyatornoj-sluzhby-v-zashhite-prav-nalogoplatelshnikov-/vartist-vizitok-dlya-pracivnikov-na-dumku-dfs-obkladayetsya-pdf.html> (accessed 3 August 2021).
 7. Otrymav vizytku – splaty PDFO: pozytsiia DFSU [Received a business card – PIT payments: SFSU position]. Available at: <https://taxlink.ua/ua/news/otrimav-vizitku-splati-pdf-po-zoziija-dfsu.htm> (accessed 6 August 2021).
 8. Minfin rozkrytykuvav DFS za podatok na vizytky [The Ministry of Finance criticized the SFS for the tax on business cards]. Available at: <https://news.dtki.ua/taxation/pdf/37649> (accessed 5 August 2021).
 9. Bilodid I. (ed.) (1970–1980) Slovyk ukrainskoi movy: v 11 t. [Dictionary of the Ukrainian language]. Kyiv: Naukova dumka. Available at: <http://www.inmo.org.ua/sum.html?wrд> (accessed 6 August 2021).
 10. Pervye vizitki kogda poyavilis' i istoriya vznikoveniya vizitnykh kartochek [The first business cards when the history of the emergence of business cards appeared]. Available at: <https://offset.moscow/a239824-pervye-vizitki-kogda.html> (accessed 6 August 2021).
 11. Vydy vizytnykh kartok [Types of business cards]. Available at: https://www.kulikoff.com.ua/articles_view/vidi-vizitnih-kartok (accessed 6 August 2021).
 12. The Verkhovna Rada of Ukraine (1996) The Law of Ukraine “On Advertising” as amended and supplemented on 30.06.2021. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96> (accessed 6 August 2021).
 13. The Verkhovna Rada of Ukraine (2011) Tax Code of Ukraine. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (accessed 6 August 2021).
 14. Bubyri I. (2016) Oblikovuiemo vytratny na reklamu [We take into account the cost of advertising]. Available at: http://cons.parus.ua/_d.asp?r=0AACId83950920907a121102c897df89e23b0 (accessed 7 August 2021).
 15. The Verkhovna Rada of Ukraine (1999) The Law of Ukraine “About accounting and financial reporting in Ukraine”. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (accessed 8 August 2021).
 16. The decree for the Ministry of Finance Ukraine no. 246 dated October 20 (1999) Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku № 9 “Zapasy” [National Regulation (Standard) of Accounting № 9 “Inventories”]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> (accessed 9 August 2021).

REFERENCES:

1. Chy opodatkovuvaty PDFO vyhotovlenu vizytivku dlia pratsivnyka? [Whether to tax the personal income tax made by the business card for the employee?]. Available at: <https://news.dtki.ua/taxation/pdf/68300> (accessed 6 August 2021).
2. Vyhotovyly vizytni kartky dlia pratsivnykiv: shcho z PDFO? [Made business cards for employees: what about personal income tax?]. Available at: <https://news.dtki.ua/taxation/pdf/70874> (accessed 29 July 2021).
3. Vizytna kartka dlia pratsivnyka: shcho z opodatkovanniam? [Business card for the employee: what about taxation?]. Avail-