

DOI 10.58423/2786-6742/2025-8-447-462

УДК 657.471:339.372.7

Наталя СЕЛІВАНОВА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту,
Національний університет «Одеська політехніка»,
м. Одеса, Україна
ORCID ID: [0000-0002-4157-4946](https://orcid.org/0000-0002-4157-4946)
Scopus Author ID: 57225008222

Анастасія ЦАПЕНКО

здобувачка вищої освіти освітньої програми «Облік і оподаткування»
Національний університет «Одеська політехніка»,
м. Одеса, Україна
ORCID ID: [0009-0002-9184-362X](https://orcid.org/0009-0002-9184-362X)
e-mail: 9480456@stud.op.edu.ua
(Corresponding author)

**ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ
ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ В СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ**

Анотація. Щодня інтернет-торгівля набуває глобального поширення по всьому світу через зручність формату, бурхливий розвиток соціальних мереж як торговельного майданчику, що започаткувалось ще з років пандемії COVID-19. А в Україні з 2022 р. з початку повномасштабного вторгнення інтернет-торгівля стала майже не єдиним способом безпечної торгівлі. Основною метою дослідження є узагальнення теоретичних та нормативних засад обліку і оподаткування інтернет-торгівлі, визначення проблем, з якими стикаються підприємці та розроблення рекомендацій щодо їх вдосконалення. У роботі проведено аналіз останніх досліджень та публікацій сучасних вчених, нормативно-правового регулювання обліку та оподаткування інтернет-торгівлі в Україні. Описано основні форми електронної торгівлі, типи розрахункових операцій та порядок їх фіскалізації відповідно чинного законодавства. В українських підприємців малого та середнього бізнесу, починаючи з років пандемії COVID-2019 по сьогоднішній день в умовах воєнного стану, неабиякої популярності набули такі форми інтернет-торгівлі: соціальна торгівля, торгівля через маркетплейси та посередників, дропшипінг, мобільна комерція. В результаті дослідження визначено відсутність нормативно-правового регулювання інтернет-торгівлі, дропшипінгу як окремого виду діяльності, що в результаті ускладнює процес підрахунку доходів підприємців, впливає на правильність податкової звітності та суму сплачених податків. Найчастішими помилками підприємців інтернет-торгівлі під час заповнення книги обліку доходів та книги обліку доходів та витрат є неповне відображення доходу, дублювання сум по післяплатам, неврахування комісій фінансових посередників, помилки в відображенні змішаних форм оплати (часткова оплата, післяплата), помилки в відображенні доходу в іноземній валюті. Тому були запропоновані рекомендації щодо особливостей ведення обліку та оподаткування інтернет-торгівлі.

Ключові слова: інтернет-торгівля, дропшипінг, післяплата, розрахункові операції, електронна комерція, фіскальний чек, оподаткування, облік.



This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

JEL Classification: L84, M41.

Abstract. Az e-kereskedelem napról napra globálisan terjed a világ minden táján a formátum kényelme, a közösségi média mint kereskedelmi platform gyors fejlődése miatt, amely a COVID-19 világijárvány idején kezdődött. Ukrajnában pedig 2022 óta, a teljes körű invázió kezdete óta az e-kereskedelem szinte az egyetlen módja a biztonságos kereskedelemnek. A tanulmány fő célja, hogy összefoglalja az e-kereskedelem számvitelének és adózásának elméleti és szabályozási kereteit, meghatározza a vállalkozók előtt álló problémákat, és ajánlásokat dolgozzon ki azok javítására. A cikk elemzi a modern tudósok legújabb kutatásait és publikációit, valamint az e-kereskedelem számviteli és adózási jogi és szabályozási keretét Ukrajnában. A cikk ismerteti az e-kereskedelem főbb formáit, a fizetési tranzakciók típusait és az adóztatásukra vonatkozó eljárást a hatályos jogszabályoknak megfelelően. A COVID-2019 világijárvány éveitől kezdve napjainkig, a hadi állapot hatálya alatt az ukrán kis- és középvállalkozók körében az e-kereskedelem következő formái váltak nagyon népszerűvé: a közösségi kereskedelem, a piactereken és közvetítőkön keresztül kereskedelem, a dropshipping és a mobilkereskedelem. A tanulmány megállapította, hogy az e-kereskedelem és a dropshipping mint különálló tevékenységtípus jogi szabályozásának hiánya bonyolítja a vállalkozók jövedelmének kiszámítását, befolyásolja az adóbevallás pontosságát és a befizetett adók összegét. Az e-kereskedelmi vállalkozók leggyakoribb hibái a bevételi és kiadási főkönyvek kitöltésekor a jövedelmek hiányos megjelenítése, az utólagos fizetésekre vonatkozó összegek megkettőzése, a pénzügyi közvetítők jutalékainak figyelmen kívül hagyása, hibák a vegyes fizetési formák (részfizetés, utólagos fizetés) megjelenítésében, hibák a devizában kifejezett jövedelmek megjelenítésében. Ezért ajánlások lettek megfogalmazva az online kereskedelem számviteli és adózási sajátosságaira vonatkozóan.

Kulcsszavak: online kereskedelem, dropshipping, utánvét, elszámolási műveletek, e-kereskedelem, adóellenőrzés, adózás, számvitel.

Abstract. Every day, e-commerce is gaining global reach around the world due to the convenience of the format, the rapid development of social media as a trading platform, which began during the COVID-19 pandemic. And in Ukraine, since 2022, since the beginning of the full-scale invasion, e-commerce has become almost the only way to trade safely. The main purpose of the study is to summarize the theoretical and regulatory framework for accounting and taxation of e-commerce, identify the problems faced by entrepreneurs and develop recommendations for their improvement. The article analyzes the latest research and publications of modern scholars, as well as the legal and regulatory framework for accounting and taxation of e-commerce in Ukraine. The article describes the main forms of e-commerce, types of payment transactions and the procedure for their fiscalization in accordance with the current legislation. Starting from the years of the COVID-2019 pandemic to the present day, under martial law, the following forms of e-commerce have become very popular among Ukrainian small and medium-sized business entrepreneurs: social commerce, trade through marketplaces and intermediaries, dropshipping, and mobile commerce. The study identified the lack of legal regulation of e-commerce and dropshipping as a separate type of activity, which complicates the process of calculating entrepreneurs' income, affects the accuracy of tax reporting and the amount of taxes paid. The most frequent mistakes made by e-commerce entrepreneurs when filling out the income and expense ledgers are incomplete reflection of income, duplication of amounts for postpaid payments, failure to take into account commissions of financial intermediaries, errors in the reflection of mixed forms of payment (partial payment, postpaid), errors in the reflection of income in foreign currency. Therefore, recommendations were offered on the specifics of accounting and taxation of online commerce.

Keywords: online trade, dropshipping, cash on delivery, payment transactions, e-commerce, fiscal check, taxation, accounting.



Постановка проблеми. Щодня інтернет-торгівля набуває глобального поширення по всьому світу через зручність формату, бурхливий розвиток соціальних мереж як торговельного майданчику, що започаткувалось ще з років пандемії COVID-19. А з 2022р з початку повномасштабного вторгнення в Україні інтернет-торгівля стала майже не єдиним способом безпечної торгівлі, яка передбачає не тільки зручний формат процесу оформлення замовлення і доставку в будь-яке зручне поштове відділення замовника, а й безпечні умови праці для найманих працівників та власників бізнесу, з можливістю віддалено працювати у безпечних місцях.

Воєнні події кожного дня випробують українських підприємців формажорними обставинами: пошук альтернативних джерел живлення та надійного інтернет-провайдера на випадок блекаутів, ризик часткової або повної втрати товару через пошкодження складських приміщень в наслідок балістичної атаки, гостра нестача кадрів через вимушену міграцію населення до безпечних регіонів країни та за кордон, порушення ланцюгів постачання, стрімке падіння попиту та доходів населення тощо. Тому в зв'язку з цими обставинами перед українськими підприємцями постає питання щодо адаптації процесу обліку і оподаткування інтернет-торгівлі до нових нестабільних та мінливих реалій.

На актуальність проблеми обліку і оподаткування інтернет-торгівлі в Україні впливає не тільки динамічний розвиток електронної комерції та технологій, а й воєнні події та недосконалість нормативно-правової бази. Це в свою чергу впливає на прийняття управлінських рішень та адаптації бізнесу до мінливих та непередбачуваних реалій, забезпечення прозорості бізнесу відповідно нормам чинного законодавства, оптимізацію податків, мінімізацію ризиків. На сьогоднішній день на українському ринку розвинені такі схеми роботи в інтернет-торгівлі: прямі продажі зі складу, дропшипінг, торгівля через маркетплейси, соціальна торгівля. Всі ці схеми можуть бути поєднані в гібридну схему інтернет-торгівлі. Наразі соціальна торгівля із застосуванням соціальних мереж Instagram, Facebook, Tik-tok може бути поєднана з торгівлею зі складу або з дропшипінгом, а прямі продажі зі складу можуть бути пов'язані з торгівлею через маркетплейси Prom.ua, Rozetka, OLX тощо.

Тому основною задачею бухгалтерського обліку і оподаткування інтернет-торгівлі є системний збір, обробка та узагальнення інформації про господарську діяльність підприємства щодо продажу товарів та послуг через Інтернет для забезпечення достовірності, повноти інформації для прийняття управлінських рішень, законності діяльності відповідно чинним нормам законодавства, контролю за фінансово-господарською діяльністю та складання фінансової звітності до контролюючих органів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання теорії, методики та практики обліку і оподаткування в інтернет-торгівлі було досліджено в багатьох наукових працях. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. [1] розкривають сутність поняття е-комерції, інтернет-торгівлі, порівнюють традиційну торгівлю з

інтернет-торгівлю, характеризують їх структурні елементи. Хижняк О.С. [2] запропонував для подальшого розвитку ринку електронної торгівлі вдосконалення законодавчої підтримки, розроблення сучасних альтернативних варіантів вирішення технічних питань, розроблення зваженої стратегії та формування довіри системних клієнтів. Мельник О.В. [3] електронну комерцію відносить до сфери цифрової економіки та бізнес-процесів, що пов'язані між собою фінансовими та торговими транзакціями, що проводяться за допомогою комп'ютерних технологій та мереж. Малініна Н.М. [4] запропонувала врахувати досвід країн ЄС для покращення сучасного механізму оподаткування електронного бізнесу з метою подальшої конвергенції вітчизняної податкової системи з податковими системами країн ЄС.

Таким чином, науковці розглядають поняття інтернет-торгівлі як окрему економічну категорію, що є новим сегментом української економіки, що фактично є трансформацією традиційної оптової і роздрібної торгівлі під впливом цифровізації, технологічного прогресу, в т.ч. III. Інтернет-торгівля в перспективі може стати одним із джерел відновлення економіки України за умови створення державою сприятливих умов функціонування підприємств е-комерції з урахуванням досвіду передових країн з метою подальшої інтеграції в світовий онлайн-майданчик.

Основою нормативно-законодавчої бази обліку і оподаткування інтернет-торгівлі є Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015р № 675-VIII, Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003р № 851-IV, Закон України «Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги» від 05.10.2017р № 2155-VIII, Закон України «Про платіжні послуги» від 30.06.2021р. № 1591-IX, Закон України «Про захист персональних даних» від 01.06.2010 р № 2297-VI, Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991р. № 1023-XII, Податковий кодекс України, Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В результаті опрацювання наукових джерел і нормативно-правової бази виявлено відсутність окремого нормативного документу, що регламентував би інтернет-торгівлю як окремий вид підприємницької діяльності зі своїми особливостями бухгалтерського і податкового обліку, в т.ч. недосконалість податкового законодавства щодо обліку і оподаткування післяплати.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основною метою дослідження є узагальнення теоретичних, нормативних засад обліку і оподаткування інтернет-торгівлі, визначення проблем, з якими стикаються підприємці та розроблення рекомендацій щодо їх вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. З кінця XX століття в результаті активного розвитку технологій, особливо мережі «Інтернет», ринкові умови зазнали значних змін: активного розвитку набула електронна комерція, частиною якої і є інтернет-торгівля. Більшість маркетологів цитують Біла Гейтса: «Якщо вашого бізнесу немає в інтернеті, то вас нема в бізнесі». Бо ключовим принципом



успішного бізнесу є клієнтоорієнтованість, яка виражається в присутності там, де шукає споживач необхідні товари або послуги.

Інтернет-торгівля є молодим сегментом української економіки, якісним каталізатором якого стала всесвітня пандемія COVID-2019, а в умовах війни став майже не єдиним безпечним способом торгівлі. На сьогоднішній день інтернет-торгівля знаходиться в фазі динамічного розвитку, і тому головним завданням держави є створення стабільних сприятливих умов податкового адміністрування та технологічного розвитку з метою виходу вітчизняних підприємств на світовий онлайн-ринок, а також залучення іноземних інвестицій в економіку України.

В сучасних науковців поки не існує визначення поняттю «інтернет-торгівля». Так, інтернет-торгівлю ототожнюють з електронною комерцією. За визначенням Робочої програми з електронної комерції електронна комерція означає виробництво, розподіл, маркетинг, продаж або доставку товарів і послуг за допомогою електронних засобів [5].

За думкою Хижняк О.С. під електронною комерцією слід розуміти підприємницьку діяльність, яка здійснюється з метою укладення комерційних угод за допомогою електронних засобів передачі даних [2].

Мельник О.В вважає електронну комерцію складовою частиною цифрової економіки, втіленою у життя сферою цифрової економіки. В простому розумінні це – торгівля через інтернет, а в широкому – ведення бізнесу в глобальних мережах [3].

Малініна Н.М. вважає електронну комерцію специфічним видом економічної діяльності, а не відносинами, в результаті здійснення якої суб'єкт господарювання отримує певний фінансовий результат (дохід, прибуток, збиток). До електронної комерції відносять електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS), електронну торгівлю (E-Trade), електронні гроші (E-Cash), електронний маркетинг (E-Marketing), електронний банкінг (E-Banking), електронні страхові послуги (E-Insurance) тощо [4].

Відповідно Закону України «Про електронну комерцію» електронна комерція – це господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-комунікаційних систем [6].

Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. вважають інтернет комерцію різновидом е-комерції, що обмежена використання тільки комп'ютерної мережі Інтернет. В свою чергу, під е-комерцією науковці розуміють всі форми торгівлі товарами/ послугами з використанням всіх засобів електронного зв'язку [1].

Таким чином, електронна комерція є господарською діяльністю, що пов'язана з процесом купівлі-продажу за допомогою комп'ютерної мережі «Інтернет», в результаті якої суб'єкт економічної діяльності отримує певний фінансовий результат.

Інтернет-торгівля є складовою електронної комерції і представляє собою процес купівлі-продажу товарів або послуг через інтернет. Основними формами електронної торгівлі є B2B (Business-to-Business), B2G (Business-to-Government),

B2C (Business-to-Consumer), C2C (Consumer-to-Consumer), характеристика яких представлена в табл.1.

Таблиця 1.

Основні форми електронної торгівлі*

Форма електронної торгівлі	Характеристика форми електронної торгівлі
B2C	В даній формі взаємовідносин компанія продає товар в своєму магазині кінцевому споживачу, що лежить в основі роздрібної електронної торгівлі. Основу цього напрямку складає електронна роздрібна торгівля.
B2G	Представляє собою, в основному, тендерні закупівлі, де замовником є держава.
B2B	це вид економічних відносин, в якому суб'єктами є юридичні особи, тобто компанії, які працюють з іншими компаніями, продаючи їм свої послуги, що включає всі рівні взаємодії між компаніями із застосуванням спеціальних технологій і стандартів електронного обміну даними.
C2C	Представляє собою взаємодію споживачів для обміну комерційною інформацією. Це може бути обмін досвідом придбання того або іншого товару, взаємодії з тією або іншою фірмою тощо. До цієї ж області належить і форма аукціонної торгівлі між фізичними особами.

* Сформовано авторами за джерелами [7-8]

В українських підприємців малого та середнього бізнесу, починаючи з років пандемії COVID-2019 по сьогоднішній день в умовах воєнного стану, неабиякої популярності набули такі форми інтернет-торгівлі: соціальна торгівля, торгівля через маркетплейси та посередників, дропшипінг, мобільна комерція.

В результаті зростання популярності сайтів соціальних мереж і соціальних медіа все більше людей користується інтернетом для соціальної взаємодії, що дає стрімкий поштовх розвитку соціальної комерції. Соціальна комерція є новим видом електронної комерції, де використовується SNSs для встановлення соціальної взаємодії споживачів, що полегшує сам процес електронної комерції. Соціальна комерція включає в собі величезну кількість схем роботи, які можна згрупувати за категоріями : платформа P2P-продажу, соціальні мережі як майданчик для шопінгу, групові покупки (Groupon, LivingSocial), рекомендації як інструмент продажів, користувачі як куратори шопінгу, комерція з участю користувачів, соціальний шопінг, які детально розглянуті в табл.2 [9;10;11].

Таблиця 2.

Категорії соціальної торгівлі*

Категорія соціальної торгівлі	Приклад	Основна характеристика категорії
Платформа P2P-продажу	eBay, Etsy, Amazon Marketplace	майданчики онлайн-продажів, засновані на спільнотах, де користувачі спілкуються між собою і продають товари і послуги безпосередньо один одному.
Соціальні мережі	Facebook, Instagram, TikTok	Використання соціальних мереж в якості торгового майданчику, де можна використовувати маркетингові інструменти для просування товару або послуги.



Категорія соціальної торгівлі	Приклад	Основна характеристика категорії
Групові покупки	Groupon, LivingSocial	товари і послуги пропонуються за зниженими цінами, якщо достатня кількість користувачів готові зробити покупку.
Рекомендації як інструмент продажів	Amazon, Yelp, JustBoughtIt	сайти, на яких публікуються огляди продуктів і сервісів, а також рекомендації, засновані на купівельному досвіді інших користувачів та/або подяки користувачам за поширення своїх покупок у соціальних мережах.
Користувачі як куратори шопінгу	The Fancy, Lyst, Svvply	сайти з фокусом на шопінг, на яких користувачі створюють і діляться списками продуктів і сервісів. На підставі цих списків інші користувачі можуть робити покупки
Комерція з участю користувачів	Threadless, Kickstarter, CutOnYourBias	клієнти безпосередньо залучені в процес виробництва товару або послуги за допомогою голосування, інвестування та участі в розробці продукту.
Соціальний шопінг	Motilo, Fashism, GoTryItOn	сайти стимулюють офлайн-шопінг з друзями за допомогою функцій «чат» і «форум» для обміну порадами і думками.

* Сформовано авторами за джерелами [9-11]

Сучасні маркетплейси представляють собою велику онлайн-платформу для реалізації товарів, що об'єднує безліч продавців та надає їм інфраструктуру для ефективної онлайн-торгівлі. Це нагадує великий віртуальний ринок з широкою номенклатурою товарів. Після оформлення договірних відносин ФОП-и та підприємства отримують доступ до особистого кабінету на маркетплейсі, в якому можуть самостійно або за допомогою менеджерів додавати інформацію про свої товари, обирати маркетингові стратегії просування товару тощо. Найкращими та найпопулярнішими маркетплейсами в Україні є Rozetka, Prom.ua, OLX, Kasta, Zakupka, АЛЛО маркетплейс, Епіцентр Маркетплейс.

Оптова торгівля через посередників реалізується за допомогою договорів комісії, а роздрібна торгівля – за допомогою дропшипінгу. В обох випадках посередники допомагають виробникам за винагороду (комісію) продавати товар покупцеві.

Сторонами договору комісії є комітент (виробник) і комісіонер (посередник). Під час здійснення торговельних операцій комісіонер самостійно шукає покупців (продавців), укладає з ними угоди купівлі-продажу від свого імені, але за рахунок комітента (продавця чи покупця), який бере на себе комерційні ризики. Після виконання зобов'язань комісіонер надає звіт комітенту, за яким потім і отримує свою комісійну винагороду.

На відміну від договорів комісії дропшипінг є сучасним заробітком без закупівлі і зберігання товару, де заробітком посередника-дроппіппера є маржа (різниця між ціною продажу та ціною виробника). Ключовими функціями дропшиппера є підбір майданчика або створення сайту інтернет-магазину для залучення клієнтів і продажу товарів, пошук постачальника і оформлення стосунків із ним, спілкування з продавцями, прийом скарг щодо доставки та якості

товарів. Покупець отримує товар зі складу продавця, оплачує на реквізити продавця, але замовлення оформлює на сайті дропшиппера [12].

Ще одним зручним способом онлайн-шопінгу для споживачів є мобільна комерція, за якою товари та послуги продаються за допомогою мобільного пристрою. До мобільної комерції можна віднести мобільний шопінг, мобільний банкінг, мобільні платежі. Суть мобільної комерції – постійний та комфортний доступ до покупок з будь-якого місця та у будь-який час, але за умови стабільного інтернету [13].

Отже, всі ці перелічені бізнес-моделі передбачають продаж товарів або послуг через Інтернет без географічних обмежень. Завдяки цьому покупці можуть швидко з будь-якого місця замовити потрібні товари або послуги, а продавці – досягти широкої аудиторії.

На сьогоднішній день законодавством ще не передбачено окремих актів, які б регламентували бухгалтерський облік та оподаткування інтернет-торгівлі. Тому підприємці та бухгалтери керуються нормативними актами, що стосуються звичайної торгівлі. На практиці інтернет-торгівля може бути у вигляді інтернет-магазину або дистанційною торгівлею з використанням служби поштового зв'язку та електронних засобів комунікацій.

Відповідно до ПКУ інтернет-торгівлею можуть займатись ФОП другої, третьої груп спрощеної системи оподаткування, ФОП на загальній системі оподаткування із реєстрацією коду за КВЕД 47.91 «Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет», 47.19 «Інші види роздрібно торгівлі в неспеціалізованих магазинах» відповідно національного класифікатора ДК 009:2010 «Класифікація видів економічної діяльності» Для оптової інтернет-торгівлі підприємці обирають коди за КВЕД 46.42 «Оптова торгівля одягом і взуттям», 46.43 «Оптова торгівля побутовими електротоварами й електронною апаратурою побутового призначення для приймання, записування, відтворювання звуку й зображення», 46.51 «Оптова торгівля комп'ютерами, периферійним устаткуванням і програмним забезпеченням». Якщо підприємець реалізує товари за схемою дропшиппінгу, де через сайт укладаються електронні договори комісії, то потрібно додати ще коди за КВЕД 46.19 «Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту», 47.99 «Інші види роздрібно торгівля поза магазинами» [14;15].

Фізичні особи-підприємці, які мають намір здійснювати діяльність у сфері інтернет-торгівлі повинні визначитись з обранням оптимальної системи оподаткування. Тому в табл. 3 розглянемо порядок оподаткування діяльності ФОП згідно діючого законодавства.



Таблиця 3.

Порядок оподаткування діяльності ФОП в Україні

Категорія підприємців	Податки та збори (станом на 01.01.2025р)
Спрощена система оподаткування	
ФОП I групи єдиного податку	Щомісячні платежі: – Єдиний податок до 10 % прожиткового мінімуму (302,80грн); – Військовий збір 10% від мінімальної заробітної плати (800 грн); ЄСВ за себе 22% від мінімальної заробітної плати (1760 грн)
ФОП II групи єдиного податку	Щомісячні податки: – Єдиний податок до 20 % від мінімальної заробітної плати (1600 грн); – Військовий збір 10% від мінімальної заробітної плати (800 грн); ЄСВ за себе 22% від мінімальної заробітної плати (1760 грн)
ФОП III групи єдиного податку	Щоквартальні платежі: – Єдиний податок 3 % від доходу для платників ПДВ та 5% від доходу для неплатника ПДВ; – Військовий збір 1 % від доходу; – ЄСВ за себе 22% від мінімальної заробітної плати (1760 грн/ міс або 5280 грн/ квартал)
Загальна система оподаткування	
ФОП на загальній системі оподаткування	Поквартальні платежі від чистого доходу до оподаткування після підтвердження доходів та витрат первинними документами за наступними ставками: – Податок на доходи фізичних осіб 18%; – Військовий збір 5%; – ЄСВ 22% (але не менше 1760 грн); Податкове зобов'язання з ПДВ для платників ПДВ (щомісяця).

* Сформовано авторами за джерелами [14-18]

Відповідно до вимог Податкового кодексу України ФОП I групи єдиного податку не мають права здійснювати інтернет-торгівлю. Отже, найбільш оптимальним вибором для ФОП щодо здійснення інтернет-торгівлі є обрання другої або третьої групи єдиного податку в залежності від обсягів діяльності та з огляду на максимальну межу дозволеного річного доходу. Разом з цим слід пам'ятати, що для платника єдиного податку третьої групи немає обов'язку реєструватися платниками ПДВ та оформлювати на кожне відправлення податкові накладні.

Основними типами розрахункових операцій в інтернет-торгівлі є готівкова, безготівкова, розрахунок електронними грошима, що детально представлені на рис.1.

Відповідно до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 06.07.1995р. № 265/95-ВР всі перелічені форми оплати, окрім безготівкової оплати за реквізитами IBAN, є розрахунковими операціями, на суму яких має бути

виданий покупцеві фіскальний чек із зазначенням відповідної форми оплати: готівка, безготівкова оплата, оплата карткою [14-16].

Отже, РРО або програмний РРО потрібен підприємцям, що отримують оплату за товари, роботи, послуги готівковими коштами, платіжними чеками та талонами, платіжними інструментами на будь-якому носії (за допомогою POS-терміналу, на корпоративну картку тощо). Обов'язкове використання РРО та ПРРО не потрібно підприємцям єдиного податку першої групи, в разі прийому оплати за реквізитами у форматі IBAN, в разі використання КОРО та розрахункових квитанцій згідно з Переліком № 1336, а також провадження діяльності відповідно ст.9 Закону України про РРО.

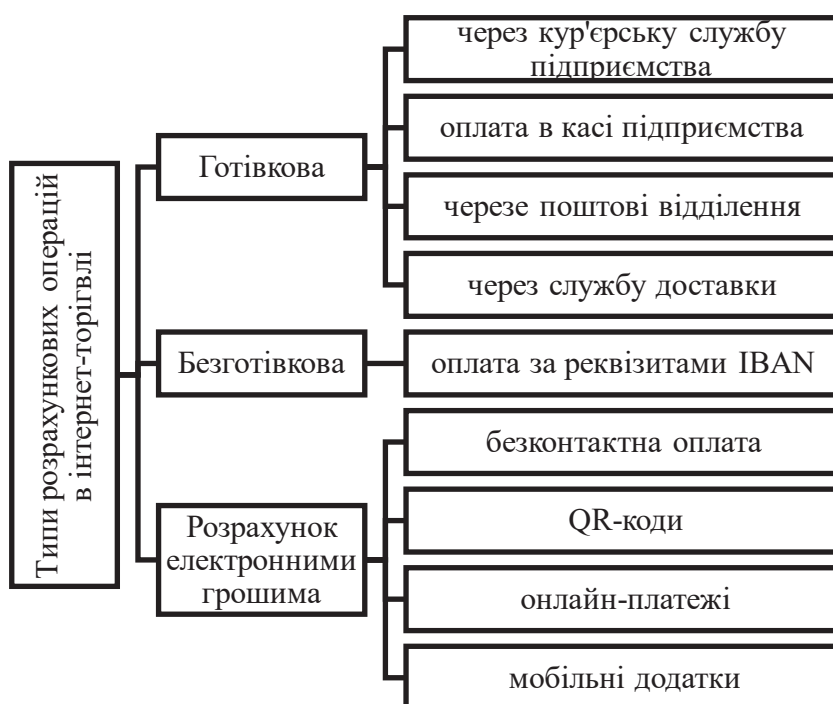


Рис.1 Типи розрахункових операцій в інтернет-торгівлі

Для формування фіскальних чеків в інтернет-торгівлі використовується програмний РРО, який є електронним аналогом РРО. ПРРО є програмним продуктом, який можна встановити на будь-який зручний гаджет (смартфон, ноутбук, комп'ютер або планшет), з метою створення електронних фіскальних чеків та їх реєстрації в системі ДПС. Найбільш популярними ПРРО серед підприємців в інтернет-торгівлі є ПРРО «Checkbox», «Вчасно.Каса», «Cashalot».

Під час реєстрації РРО та ПРРО в ДПС в заяві № 1-РРО/1-ПРРО потрібно зазначити місце проведення розрахунків, що фактично є місцем провадження діяльності. І до кожного такого об'єкта має бути прикріплений окремий РРО або ПРРО. Наприклад, в підприємця є дві каси або два місця провадження діяльності, тоді потрібно зареєструвати в контролюючих органах два касових апарати.



Якщо підприємець має власну кур'єрську службу доставки, то транспортний засіб реєструється як господарська одиниця, як РРО/ПРРО (пересувний). Якщо доставка товару реалізується за допомогою посередників (як ТОВ «Нова пошта»), то потрібно реєструвати РРО/ПРРО на стаціонарну господарську одиницю (офіс, склад тощо).

В 2017 р ТОВ «Нова пошта» запроваджує новий спосіб розрахунків – «накладений платіж» або післяплата, коли покупець сплачує за товар в момент його отримання в поштовому відділенні, а продавець може отримати ці кошти на свій поточний рахунок або у готівковій формі у своєму відділенні пошти. Післяплата дає змогу покупцю перевірити отриманий товар до розрахунку з продавцем. Транспортна компанія виступає посередником у доставці вантажу, а також бере на себе зобов'язання з передачі оплати. В такому випадку підприємець має надати покупцеві до моменту отримання товару в поштовому відділенні фіскальний чек в електронному або паперовому вигляді з зазначенням форми виду оплати «післяплата» [19;20].

Для українських підприємців інтернет-торгівлі і по сьогодні залишається відкритим питання щодо правильності оформлення розрахункових операцій з формою оплати «післяплата», «передоплата», а також змішаних форм оплати і розрахунків електронними грошима через недосконалість нормативно-правової бази.

Так, за роз'ясненнями ДПС, порядок фіскалізації такий:

- при продажу товарів з оплатою декількома платежами (передплата і післяплата; часткова оплата з подальшим розстроченням платежу тощо) продавець повинен оформити і видати окремий фіскальний касовий чек на кожну частину розрахунку за умови прийняття готівки чи платіжних карток від покупця;
- за умови оплати покупцем коштів на поточний рахунок продавця за реквізитами у форматі IBAN РРО/ПРРО може не застосовуватись;
- в разі здійснення оплати у різний спосіб, наприклад, один платіж на поточний рахунок продавця за реквізитами у форматі IBAN, а інший – готівкою, обов'язковою є видача фіскального касового чека саме на приймання готівки (при цьому чек має включати в себе раніше отриману суму оплати) [14;19;20].

Також ДПС неодноразово наголошувала на тому, що потрібно використовувати ПРРО/РРО в разі розрахунків електронними грошима, що передбачає використання електронних платіжних систем і електронних гарантів, бо такі операції відносяться до розрахункових.

За умови проведення розрахунків дистанційно, фіскальний касовий чек має видаватись покупцеві або безпосередньо під час здійснення розрахунків з ним, або не пізніше моменту отримання ним товару [14;20].

Недосконалість податкового законодавства ускладнює процес підрахунку доходів підприємців інтернет-торгівлі, що в результаті впливає на правильність податкової звітності і суму сплачених податків. Через відсутність методики заповнення книги обліку доходів та книги обліку доходів та витрат для підприємців інтернет-торгівлі найчастішими помилками є неповне відображення доходу, дублювання сум по післяплатам, неврахування комісій фінансових

посередників, помилки в відображенні змішаних форм оплати (часткова оплата, післяплата), помилки в відображенні доходу в іноземній валюті.

З 1 жовтня 2024 р. вступила в силу Постанова НБУ від 27.08.2024р №102 «Про внесення змін до постанови Правління Національного банку України від 24 лютого 2022 року № 18», яка стала методом боротьби з незаконним дропшипінгом. Але поруч на законодавчому рівні і по сьогоднішній день відсутні нормативні акти, які б регламентували діяльність за схемою дропшипінгу.

На практиці, дропшиппери роздрібної інтернет-торгівлі отримують оплати за схемою «покупець → посередник → виробник», де продавцем виступає посередник. А товар, в свою чергу, відправляється виробником зі складу на адресу клієнта за даними, що надіслав посередник. Причиною таких взаємовідносин є бажання оптимізувати податкове навантаження, відсутність коштів на закупку товару, недовіра посередників до виробників навіть в разі підписання договору комісії, неможливість підписати договори комісії та договори поставки з усіма покупцями. За думкою фіскалів дропшиппери мають працювати за договорами комісії або за стандартною схемою оптово-роздрібного продажу, при якій посередник має закупити товар на свій склад, а потім продавати покупцю [14;19;20].

Отже, для вдосконалення податкового та бухгалтерського обліку інтернет-торгівлі необхідно:

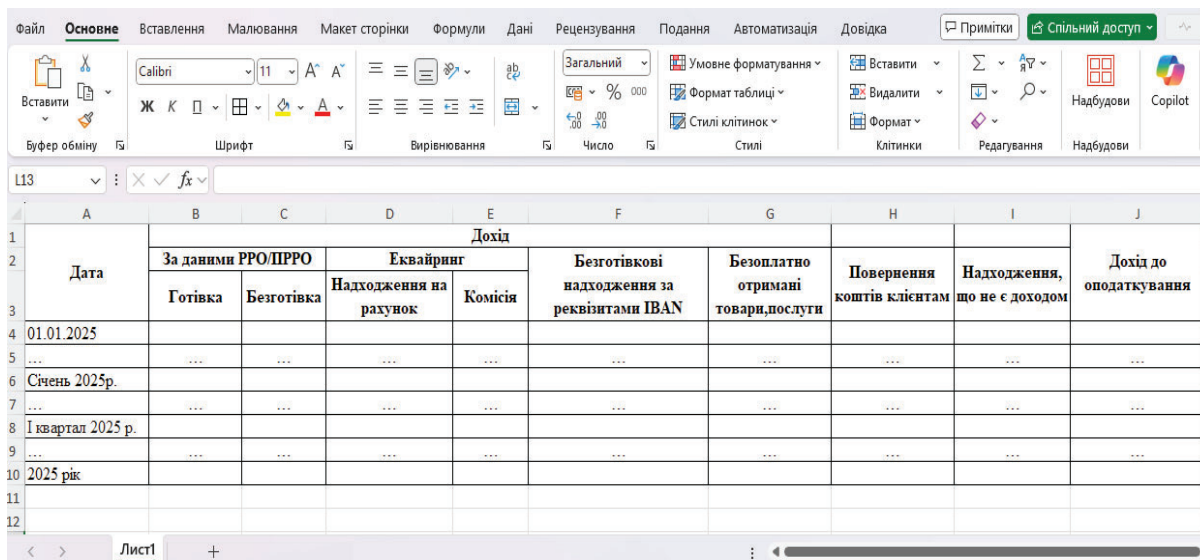
- на законодавчому рівні розробити нормативні акти, які б регламентували інтернет-торгівлю як окремий вид діяльності, вдосконалити нормативно-правову базу для дропшипінгу, розробити методичні рекомендації щодо обліку доходів та витрат таких підприємств, заохотити податківців до доступності індивідуальних податкових консультацій підприємцям інтернет-торгівлі.

- підприємцям спрощеної системи оподаткування з відносно невеликою кількістю замовлень для вдосконалення обліку свої доходів потрібно використовувати електронні таблиці (як Microsoft Excel, Google Sheets), за допомогою яких можна врахувати готівкові і безготівкові форми оплати, проводити деталізацію розрахунків в розрізі оплати через еквайринг / електронні гаманці/ за реквізитами в форматі IBAN, комісій від фінансових посередників та перевізників, що впливають на підрахунок доходу. Приклад такої таблиці наведений на рис. 2.

- підприємцям спрощеної системи оподаткування з великою кількістю замовлень та найманими працівниками доцільно використовувати програми обліку для торгівлі (як BAS Бухгалтерія, ЕКАМ, SMARTFIN.UA, ERP FOSS, Poster тощо), делегувати ведення обліку доходів та витрат, подання податкової звітності фахівцям в сфері обліку і оподаткування. Тобто підприємець може мати бухгалтера, як найманого працівника або звернутися до спеціалізованої компанії на умовах аутсорсингу, або укласти договір з бухгалтером, який оформлений як підприємець.

- підприємці інтернет-торгівлі мають постійно слідкувати за змінами в законодавстві, відвідувати семінари та тренінги, співпрацювати з кваліфікованими бухгалтерами та податковими консультантами; використовувати сучасне

програмне забезпечення, що автоматизує трудомісткі процеси обробки інтернет-замовлень; регулярно проводити інвентаризацію взаєморозрахунків, товарних залишків.



Дата	За даними РРО/ПРРО		Еквайринг		Безготівкові надходження за реквізитами IBAN	Безоплатно отримані товари, послуги	Повернення коштів клієнтам	Надходження, що не є доходом	Дохід до оподаткування
	Готівка	Безготівка	Надходження на рахунок	Комісія					
01.01.2025									
Січень 2025р.									
І квартал 2025 р.									
2025 рік									

Рис.2 Робоча таблиця для підрахунку доходів підприємців спрощеної системи оподаткування

Висновки та перспективи подальших досліджень. Інтернет-торгівля з років пандемії COVID-19 набула глобального поширення по всьому світу, а для українських підприємців з початку повномасштабного вторгнення стала майже не єдиним способом безпечної торгівлі, яка передбачає не тільки зручний формат процесу оформлення замовлення і доставку в будь-яке зручне поштове відділення замовника, а й безпечні умови праці для найманих працівників та власників бізнесу, з можливістю віддалено працювати у безпечних місцях. Щодня українські підприємства стикається з форс-мажорними обставинами, недосконалістю податкового законодавства в напрямку інтернет-торгівлі, скасуванням пільг на час воєнного стану, підвищенням податків, посиленням фінансового моніторингу тощо.

В результаті опрацювання нормативно-правових та наукових джерел були виявлені недосконалість обліку і оподаткування інтернет-торгівлі, відсутність поняття «дропшипінг» в законодавчих актів, що ускладнює облік такої діяльності та призводить до помилок в податковій звітності та нарахуванні податкових зобов'язань.

Для покращення обліку і оподаткування інтернет-торгівлі потрібно на законодавчому рівні розробити відповідні нормативні акти та методики підрахунку доходів, заохотити податківців до надання якісних податкових консультацій, підприємцям доцільно використовувати сучасні програмні продукти для автоматизації трудомістких підрахунків та їх деталізації, делегувати ведення бухгалтерського обліку спеціалістам.

Подальші дослідження щодо обліку і оподаткування в сфері інтернет-торгівлі будуть спрямовані на вивчення нормативно-законодавчого регулювання дропшипінгу в Україні, розкриття особливостей обліку і оподаткуванню діяльності дропшиперів та постачальників, а також документального оформлення договірних відносин між постачальником та посередником в операціях дропшипінгу.

Список використаних джерел

1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навч.-методичн. посібник/ Аграр Медіа Груп. Київ. 2021. С.454
2. Хижняк О.С. Недоліки електронного бізнесу в Україні і шляхи їх усунення. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. № 16. С. 90-94.
3. Мельник О. В. Електронна комерція як складова частина електронного бізнесу: матеріали третьої української Інтернет-конференції «Сучасність, наука, час. Взаємодія та взаємовплив». URL: <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronnakomertsiya-yak-skladova-chastina-elektronnogo-biznesu/>
4. Малініна Н.М. Оподаткування електронного бізнесу в Україні: сучасні реалії та перспективи. Вісник Одеського національного університету. 2016. № 21. С. 152-155
5. Ideas to reinvigorate the work programme on electronic commerce. URL: <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/GC/W855R2.pdf&Open=True>
6. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015р № 675-VIII. Дата оновлення: 01.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
7. Кудрявцева С.П., Колос В.В. Міжнародна інформація. Навчальний посібник - К.: Видавничий Дім «Слово», 2005.400 с.
8. Шалабодін С.В. Що таке B2B, B2C, B2R і B2G? URL: <https://shalabodin.com/shcho-take-b2b-b2c-b2r-i-b2g/>
9. Kim S., Park H. Effects of various characteristics of social commerce (s-commerce) on consumers' trust and trust performance. International Journal of Information Management.2013.Vol.33. Issue 2.P.318-332 URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0268401212001594?via%3Dihub>
10. The Ideal eCom Org Structure. URL: <https://medium.com/@markobon/the-ideal-ecom-org-structure-d61c88558814>
11. Дубовик Т. В., Герасимчук Т. А. Поняття та система соціальної комерції. Бізнес Інформ. 2019.№ 3. С. 84-90.
12. Що таке дропшипінг? URL: <https://redchameleon.com.ua/ua/articles/chto-takoe-dropshipping/>
13. Гатаулліна. В. Mobile Commerce в 2023-2024 роках: основні тренди та рекомендації для онлайн-магазинів URL: <https://esputnik.com/uk/blog/mobile-commerce-v-2023-2024-rokah-osnovni-trendi-ta-rekomendaciyi-dlya-onlajn-magaziniv>
14. Податковий кодекс України від 02.12.2010р № 2755-VI. Дата оновлення: 20.01.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
15. Перелік видів діяльності (за КВЕД 009:2010), які мають право здійснювати платники єдиного податку, що обрали I, II та III групу. URL: <https://tax.gov.ua/yuridichnim-osobam/arhiv/podatki-ta-zbori/ediniy-podatok/perelik-vidiv-diyalnosti--->
16. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у період дії воєнного стану. Закон України від 10.10.2024р № 4015-IX. Дата оновлення: 01.12.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4015-IX#Text>
17. Про Державний бюджет України на 2025 рік. Закон України від 19.11.2024р № 4059-IX. Дата оновлення: 19.11.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4059-20#Text>



18. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні. Закон України від 04.12.2024р № 4113-IX. Дата оновлення: 04.12.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4113-20#Text>
19. Хмелевський І. Продаж товарів із післяплатою: як провести через РРО / ППРРО. Податки & Бухоблік. 2022. №58 URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2022/august/issue-58/article-121597.html?srsId=AfmBOorqYQ0BU4O-TZgoUQZg0H1FjfTmyPpoL49malkP_baz-Qr44S6-
20. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995р. № 265/95-ВР Дата оновлення: 01.12.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text>

References

1. Kraus K.M., Kraus N.M., Manzhura O.V. (2021). Elektronna komertsiiia ta Internet-torhivlia: navch.-metodychn. posibnyk KYIV: Ahrar Media Hrup [in Ukrainian].
2. Khyzhnyak O.S.(2016). Nedoliky elektronnoho biznesu v Ukrayini i shlyakhy yikh usunennya. Naukovyy visnyk Kherson's'koho derzhavnoho universytetu – Scientific Bulletin of Kherson State University, 16, 90-94 [in Ukrainian].
3. Mel'nyk O. V. Elektronna komertsiiya yak skladova elektronnoho biznesu: materialy tret'oyi Vseukrayins'koyi Internet-konferentsiyi «Suchasnist', nauka, chas. Vzayemodiya ta vzayemovplyv». URL: <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronnakomertsiiya-yak-skladova-chastina-elektronnoho-biznesu/> [in Ukrainian].
4. Malinina N.M.(2016). Opodatkovannya elektronnoho biznesu v Ukrayini: suchasni realiyi ta perspektyvy. Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu – Bulletin of Odessa National University , 21, 152-155 [in Ukrainian].
5. Ideas to reinvigorate the work programme on electronic commerce. URL: <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/GC/W855R2.pdf&Open=TRUE>
6. Pro elektronnu komertsiiu: Zakon Ukrainy vid 03.09.2015r № 675-VIII. Data onovlennia: 01.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> [in Ukrainian].
7. Kudryavtseva S.P., Kolos V.V.(2005). Mizhnarodna informatsiya. Vydavnychyy Dim «Slovo» [in Ukrainian].
8. Shalabodin S.V. Shcho take B2B, B2C, B2R i B2G? URL: <https://shalabodin.com/shcho-take-b2b-b2c-b2r-i-b2g/> [in Ukrainian].
9. Kim S., Park H. Effects of various characteristics of social commerce (s-commerce) on consumers' trust and trust performance. International Journal of Information Management. 2013. Vol.33. Issue 2. P.318-332 URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0268401212001594?via%3Dihub>
10. The Ideal eCom Org Structure. URL: <https://medium.com/@markobon/the-ideal-ecom-org-structure-d61c88558814>
11. Dubovyk T. V., Herasymchuk T. A.(2019). Ponyattya ta systema sotsial'noyi komertsiiyi. Biznes Inform – Business Inform ,3, 84-90. [in Ukrainian].
12. Shcho take dropshypinh? URL: <https://redchameleon.com.ua/ua/articles/chto-takoe-dropshipping/> [in Ukrainian].
13. Hataullina. V. Mobil'na komertsiiya v 2023-2024 rokakh: osnovni trendy ta rekomendatsii dlya onlayn-mahazyniv URL: <https://esputnik.com/uk/blog/mobile-commerce-v-2023-2024-rokah-osnovni-trendi-ta-rekomendatsii-dlya-onlajn-magaziniv> [in Ukrainian].
14. Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 02.12.2010r № 2755-VI. Data onovlennia: 20.01.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
15. Perelik vydiv diialnosti (za KVED 009:2010), yaki maiut pravo zdiisniuvaty platnyky yedynoho podatku, shcho obraly I, II ta III hrupu. URL: <https://tax.gov.ua/yuridichnim-osobam/arhiv/podatki-ta-zbori/ediniy-podatok/perelik-vidiv-diyalnosti---> [in Ukrainian].
16. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakoniv Ukrainy shchodo zabezpechennia zbalansovanosti biudzhetnykh nadkhodzen u period dii voiennoho stanu. Zakon



- Ukrainy vid 10.10.2024r № 4015-IX. Data onovlennia: 01.12.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4015-IX#Text>
17. Pro Derzhavnyi biudzheth Ukrainy na 2025 rik. Zakon Ukrainy vid 19.11.2024r № 4059-IX. Data onovlennia: 19.11.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4059-20#Text>
18. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakoniv Ukrainy shchodo stymuliuvannia rozvytku tsyfrovoy ekonomiky v Ukraini. Zakon Ukrainy vid 04.12.2024r № 4113-IX. Data onovlennia: 04.12.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4113-20#Text>
19. Khmelevs'kyi I. (2022). Prodazh tovariv iz pislyaplatoyu: yak provesty cherez RRO / PRRO. Podatky&Bukhoblik – Taxes&Accounting 2022, 58. URL: [https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2022/august/issue-58/article-121597.html?srsId=AfmBOorqYQ0BU4O-TZgoUQZg0H1FjfTmyPpoL49malkP_baz-Qr44S6-\[in Ukrainian\]](https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2022/august/issue-58/article-121597.html?srsId=AfmBOorqYQ0BU4O-TZgoUQZg0H1FjfTmyPpoL49malkP_baz-Qr44S6-[in Ukrainian]).
20. Pro zastosuvannya reyestratoriv rozrakhunkovykh operatsiy u sferi torhivli, hromads'koho kharchuvannya ta posluh: Zakon Ukrayiny vid 06.07.1995r. № 265/95-VR Data onovlennia: 01.12.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].

<i>Отримано:</i>	<i>19.12.2024</i>	<i>Beérkezett:</i>	<i>2024.12.19</i>	<i>Received:</i>	<i>19.12.2024</i>
<i>Прийнято до друку:</i>	<i>24.03.2025</i>	<i>Elfogadva:</i>	<i>2025.03.24</i>	<i>Accepted:</i>	<i>24.03.2025</i>
<i>Опубліковано:</i>	<i>12.05.2025</i>	<i>Megjelent:</i>	<i>2025.05.12</i>	<i>Published:</i>	<i>12.05.2025</i>