

## ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ ВІД ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ (ПОРІВНЯЛЬНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ)

### FEATURES OF INCOME TAXATION AND TAX ADMINISTRATION FROM ELECTRONIC COMMERCE (COMPARATIVE-LEGAL ASPECT)

Товкун Л.В., к.е.н., доцент,  
доцент кафедри фінансового права

*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

Єфремова К.В., к.ю.н., с.н.с.,  
доцент кафедри фінансового права

*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

Головним досягненням нашого часу можна вважати поширення мережі Інтернет, і у зв'язку з цим появу та розвиток електронної комерції (е-комерція). В статті досліджується поняття електронної комерції, здійснюється аналіз практики оподаткування доходів від електронної комерції в Україні і адміністрування таких платежів, досвід оподаткування електронної комерції у провідних країнах світу з можливістю адаптації окремих його елементів в Україні. Е-комерція є складним поняттям, яке включає різні форми її реалізації. Зазначене різноманіття і недосконалість податкового законодавства України створює певні складнощі правового оформлення підприємницької діяльності і налагодження відносин продавця з клієнтами. В статті розглядаються особливості оподаткування доходів від е-комерції різних видів суб'єктів господарювання (юридичних осіб-резидентів України і юридичних осіб-нерезидентів, фізичних осіб – підприємців, фізичних осіб-іноземців, осіб без громадянства, які хочуть здійснювати підприємницьку діяльність в Україні). Також визначаються проблеми у сфері оподаткування, які пов'язані з тим, що продавцями у сфері е-комерції можуть виступати фізичні особи, які не зареєстровані як підприємці, не здійснюють постановки на податковий облік як підприємці, і можуть не сплачувати належним чином податки. Такі фізичні особи фактично функціонують поза юрисдикцією законодавства, безпосередньо отримують кошти від споживачів за реалізацію товарів чи послуг через інтернет-магазини, що призводить до значних втрат надходжень у державний бюджет. Враховуючи те, що е-комерція має світові масштаби, важливим є ознайомлення з досвідом її застосування в інших країнах. Для прикладу були обрані США (як країна в якій вперше виникла електронна комерція), країни ЄС (враховуючи те, що Україна обрала шлях євроінтеграції). Одним із основних податків, що сплачуються у Європі з доходів від е-комерції є податок на додану вартість (ПДВ), тому в статті акцентується увага на застосуванні нових оптимізованих режимів оподаткування транскордонних продажів усередині Євросоюзу (OSS та IOSS), що значно знижує витрати для суб'єктів господарювання, полегшує збір, декларування та сплату ПДВ для продавців, які постачають товари із-за меж Євросоюзу покупцям в ЄС.

**Ключові слова:** цифровий бізнес, цифрові активи, е-комерція, оподаткування доходів від е-комерції, розрахунки у сфері е-комерції, суб'єкти господарювання, адміністрування податків отриманих з доходів від е-комерції, облік платників податків у контролюючих органах, фізичні особи-іноземці, особи без громадянства, які хочуть здійснювати підприємницьку діяльність в Україні.

The main achievement of our time can be considered the spread of the Internet, and in this connection the emergence and development of electronic commerce (e-commerce). The article examines the concept of e-commerce, analyzes the practice of taxation of income from e-commerce in Ukraine and the administration of such payments, the experience of e-commerce taxation in the leading countries of the world with the possibility of adapting some of its elements in Ukraine. E-commerce is a complex concept that includes various forms of its implementation. The specified diversity and imperfection of the tax legislation of Ukraine creates certain difficulties in the legal registration of business activities and the establishment of relations between the seller and customers. The article examines the peculiarities of taxation of income from e-commerce of various types of business entities (resident legal entities of Ukraine and non-resident legal entities, individual entrepreneurs, foreign individuals, stateless persons who want to do business in Ukraine). Also identified are problems in the field of taxation, which are connected with the fact that sellers in the field of e-commerce may act as natural persons who are not registered as entrepreneurs, do not perform tax accounting as entrepreneurs, and may not pay taxes properly. Such natural persons actually operate outside the jurisdiction of the legislation, they directly receive funds from consumers for the sale of goods or services through online stores, which leads to significant losses of revenues to the state budget. Given that e-commerce has a global scale, it is important to familiarize yourself with the experience of its application in other countries. For example, the USA (as the country in which e-commerce first appeared), the EU countries (taking into account the fact that Ukraine chose the path of European integration) were chosen. One of the main taxes paid in Europe on income from e-commerce is value added tax (VAT), so the article focuses on the application of new optimized regimes of taxation of cross-border sales within the European Union (OSS and IOSS), which significantly reduces costs for business entities, facilitates the collection, declaration and payment of VAT for sellers who supply goods from outside the European Union to buyers in the EU.

**Key words:** digital business, digital assets, e-commerce, taxation of income from e-commerce, calculations in the field of e-commerce, economic entities, administration of taxes received from income from e-commerce, accounting of taxpayers in control bodies, physical foreigners, stateless persons who want to do business in Ukraine.

Останні десятиліття можна охарактеризувати як «десятиліття радикальних змін», оскільки відбувся активний розвиток сфери економіки, культури, мистецтва, політики, а також здійснився значний прогрес у сфері науки та техніки. Головним досягненням цього часу по праву можна вважати поширення мережі Інтернет, і у зв'язку з цим появу та розвиток такого явища, як електронна комерція (е-комерція). Е-комерція стала важливою і невідмінною частиною розвитку сучасного бізнесу, популярною серед підприємців, ритейлерів і споживачів з усього світу. Тому, на сьогоднішній день, більшість компаній світу, як великих так і малих, приділяють значну увагу здійсненню підприємницької діяльності

саме через мережу Інтернет. Це дозволяє їм продавати товар та пропонувати свої послуги споживачам у більших масштабах і більшому асортименті, що покращує якість обслуговування клієнтів і зменшує витрати суб'єктів господарювання. Активний процес розвитку е-комерції проходить і в Україні.

Так, аналітичним центром Better Regulation Delivery Office у 2021 було проведено дослідження, результати якого показали, що Україна займає друге місце в Європі по зростанню ринку електронної комерції. Дослідження, яке було проведено Euromonitor International (2021), встановило, що Україна стала лідером серед країн Східної Європи із зростання електронної комерції [1].

Дослідженню змісту і особливостей електронної комерції приділяли увагу науковці, серед них: Борейко Н. М., Белл Д., Возний М. І., Герстнер Л., Краус К. М., Солодан К. В., Федішин І. Б., Царьов Р. Ю., Шалева О. І., та інші.

Стрімкий розвиток електронної комерції, використання в ній новітніх інформаційних технологій, дозволяє отримувати юридичним і фізичним особам-підприємцям дохід, який підлягає оподаткуванню. Тому для держави є важливим налагодження зрозумілого механізму оподаткування таких доходів та адміністрування податків отриманих від такої діяльності.

**Метою статті** є дослідження поняття електронної комерції, аналіз практики оподаткування доходів від електронної комерції в Україні і адміністрування таких платежів, вивчення досвіду оподаткування електронної комерції у провідних країнах світу з можливістю адаптації окремих елементів в Україні.

Основоположні засади е-комерції встановлені Законом «Про електронну комерцію», що містить її визначення і норми, які відображають специфіку цифрового способу взаємодії для підприємців, юридичних осіб та їх клієнтів, що вступають у правовідносини у цифровому просторі.

Електронна комерція, відповідно до Закону України «Про електронну комерцію» – це відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [2]. Не дивлячись на те, що у Законі дається визначення не тільки е-комерції, а і тлумачення е-торгівлі (що дозволило розвести за змістом ці поняття), думки вчених щодо їх змісту часто не є тотожними [3]. Також різняться визначення е-комерції, що надаються на рівні міжнародних організацій [4]. Така ситуація не є позитивною і може вносити плутанину у подальше дослідження е-комерції, створювати певні термінологічні складнощі і проблеми її правового регулювання.

Деталізація ряду положень Закону України «Про електронну комерцію» міститься в інших законах і підзаконних нормативно-правових актах. Так, права споживачів у разі укладення договору на відстані (за допомогою дистанційного зв'язку), регулюються Законом «Про захист прав споживачів» від від 12.05.1991 № 1023-ХІІ; порядок роботи з особистими даними клієнтів і отримання їх згоди на обробку даних передбачено Законом України «Про захист персональних даних» від 01.06.2010 № 2297-VI; порядок розрахунків у сфері електронної комерції регулюється Законами України «Про платіжні послуги» від 30.06.2021 № 1591-IX; та «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 № 2664-III, а також нормативно-правовими актами Національного банку України та ін.

Е-комерція є складним поняттям, яке включає різні форми її реалізації. Серед таких форм виділяють: 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 [5]. Зазначене різноманіття і недосконалість податкового законодавства України створює певні складнощі правового оформлення підприємницької діяльності і налагодження відносин продавця з клієнтами.

Враховуючи те, що продавцями у сфері електронної комерції є виключно суб'єкти господарювання (юридичні особи і фізичні особи – підприємці), про що прямо вказано в Законі № 675-VIII, часто продавцями виступають фізичні особи, які не зареєстровані як підприємці. Тому проблемою є те, що доходи, отримані ними при здійсненні комерційної діяльності через інтернет оцінити складно,

адже, значна кількість продавців не зареєстрована як підприємці, не здійснюють постановки на податковий облік як підприємці, і можуть не сплачувати належним чином податки. Тобто вони фактично функціонують поза юрисдикцією законодавства і водночас виступають як безпосередні отримувачі значних коштів від споживачів за реалізацію товарів чи послуг через інтернет-магазини, що призводить до значних втрат надходжень у державний бюджет [4]. Що стосується юридичних осіб – резидентів України, то враховуючи, що всі транзакції з грошовими коштами здійснюються ними в безготівковому порядку, контролюючий орган може відстежити джерела походження таких коштів, з'ясувати підстави проведення транзакцій і, таким чином, визначити, чи сплачені у повному обсязі при здійсненні операцій податки, чи особа ухилилась від їх сплати.

Щодо юридичних осіб – нерезидентів у сфері електронної комерції, то раніше єдиним механізмом врегулювання оподаткування їх діяльності була концепція постійного представництва в Україні. На даний час, їх присутність в країні де вони проводять свою діяльність, не є обов'язковою. Це пов'язано з тим, що така концепція є застарілою, не враховує тенденції розвитку інформаційного світового простору. Прикладом вирішення такого питання стало внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування електронних послуг які надаються компаніями – нерезидентами фізичним особам на території України (так званий податок на Google), за якими іноземні компанії, що не мають постійного представництва в Україні повинні бути зареєстровані за спрощеною процедурою як платники ПДВ, якщо сума операцій з постачання ними електронних послуг на територію України перевищує 1 млн гривень [4]. Щодо фізичних осіб-іноземців, осіб без громадянства, які хочуть здійснювати підприємницьку діяльність в Україні, то новелою стало прийняття Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування підприємницької діяльності електронних резидентів» від 06.10.2022 № 2654-IX, який набрав чинності з 01.04. 2023 року. Ним був врегульований статус електронного резидентства, що дозволяє іноземцям та особам без громадянства, які набули статусу електронного резидента та зареєстрували себе фізичною особою-підприємцем, здійснювати підприємницьку діяльність та сплачувати податки в Україні без залишення країни проживання (перебування). Такий підхід є досить важливим для України, адже дозволяє іноземцям здійснювати бізнес на території нашої держави без їх фізичного перебування. Цим Законом також були врегульовані питання щодо реєстрації і оподаткування такої підприємницької діяльності. А саме, фізичні особи-іноземці, особи без громадянства, які хочуть здійснювати підприємницьку діяльність в Україні, повинні сплачувати єдиний податок по спрощеній системі оподаткування за ставкою 5% від доходів у межах ліміту фізичної особи підприємця 3-ї групи (у 2023 році – 1167 мінімальних заробітних плат), а понад ліміт – 15%, але тільки за зовнішніми контрактами з експорту послуг. Усі етапи реєстрації е-резидентів відбуваються в електронному вигляді, навіть відкриття рахунку у банку в Україні, а сам банк виступає для е-резидента податковим агентом. Тобто саме на банк покладається обов'язок з утримання та сплати податків з діяльності е-резидента.

Враховуючи те, що е-комерція має світові масштаби, важливим є ознайомлення з досвідом її застосування в інших країнах. Однією із перших країн, в якій, взагалі, виникла електронна комерція, були Сполучені Штати Америки. Необхідно зазначити, що у Сполучених Штатах Америки відсутній податок на додану вартість, проте застосовується податок із продажів. На сьогоднішній день він є основним непрямим податком, який стягується шта-

тами та місцевими територіальними органами за здійснення суб'єктами підприємництва електронної комерції. Відповідно до Конституції США податок на продажі може стягуватися тільки тоді, коли і покупець і продавець мають фізичну присутність в одному й тому самому штаті. Це означає, що покупець та продавець повинні бути зареєстровані в одному штаті і мати там представництво або власність [6].

Податки на продажі, які широко розповсюджені у Сполучених Штатах Америки нараховуються та стягуються продавцем у момент продажу, а потім наприкінці деякого періоду перераховуються до бюджету відповідного штату. Кожний штат США сам вправі визначати чи застосовуватиметься податок у сфері здійснення електронної комерції до кінцевих споживачів чи і до підприємства також. Як приклад застосування даного положення можна зазначити, що як наслідок застосування вищенаведеної ситуації призвело до того, що великі компанії, підприємства, які здійснювали свою діяльність у сфері електронної комерції, такі як Google та Amazon, отримали перевагу над магазинами, які здійснюють традиційний продаж товарів, тобто мали власні торгові зали, де виставляли і продавали свою продукцію. Це можна пояснити тим, що вищенаведена компанія фактично з 2012 року фізично були присутні тільки приблизно в 5 штатах, де і сплачували податки, а у всіх інших штатах, де вони здійснювали свою діяльність, вони таких зобов'язань не мали, а відповідно забезпечили собі конкурентні переваги відмінно від інших компаній [7]. Також, окрім зазначеного податку, у США застосовується податок на використання. Більшість штатів Сполучених Штатів Америки та місцевих територіальних органів, для усунення переваги компаній, які здійснюють діяльність пов'язану із електронною комерцією, над компаніями, які здійснюють традиційний продаж товарів, ввели цей податок, який сплачується покупцем товару, за умови, що такий покупець набуває такий товар у продавця-нерезидента. Правила оподаткування кожний штат США встановлює самостійно, тобто кожний штат вправі самостійно визначати порядок сплати податків, ставки податків, а також порядок звітності. Ставка податку, який сплачується в штатах США, коливається від 0,125% до 8%.

У Сполучених Штатах Америки існує таке явище, як комерційне застереження, суть якого полягає у захисті громадян від добровільних та свавільних повноважень держави, які не обмежені ні принципами, встановленими приватним правом, ні розподільним правосуддям. Тлумачення поняття «комерційне застереження» було дано Верховним Судом, відповідно до якого мета комерційного застереження полягає в тому, що коли штат захоче ввести податок із продажу необхідно, щоби продаж мав істотний зв'язок зі штатом. Так у справі *Quill Corp. v. North Dakota* (1992) це розумілося, як невідмінна фізична присутність у відповідному штаті [7].

З огляду на те, що Україна обрала шлях євроінтеграції, доречно звернути увагу на європейський досвід оподаткування електронної комерції. Серед нормативно-правових актів, що регулюють здійснення електронної комерції в таких країнах слід виділити Директиву 2000/31/ЄС Європейського Парламенту і Ради «Про правові аспекти інформаційних послуг щодо електронної комерції на внутрішньому ринку» (Директива «Про електронну комерцію») від 08.06.2000 р. Дана Директива розроблялася на базі рекомендацій Комісії ЄС, які в свою чергу визначили основні проблемні питання у сфері електронної комерції, а саме: укладення договорів за допомогою використання електронних засобів; комерційне повідомлення; реалізація норм Директиви 2000/31/ЄС в законодавстві держав членів ЄС; вирішення суперечок, які виникають у сфері здійснення електронної комерції; відповідальність посередників; та інші.

Європейським Союзом було також прийнято низку директив, спрямованих на регулювання сфери здійснення

електронної комерції, а саме: переглянуті правила захисту споживачів у сфері електронної комерції (Директивою № 2019/2161/ЄС внесені зміни до Директиви № 98/6/ЄС, Директиви № 2005/29/ЄС, Директиви № 2011/83/ЄС14); прийнята Директива щодо контрактів на поставку цифрового вмісту та цифрових послуг (Директива № 2019/770/ЄС15) та інші.

Одним із основних податків, що сплачуються у Європі з доходів від е-комерції є податок на додану вартість (ПДВ). Раніше компанія, котра надавала послуги фізичній особі (споживачеві) повинна була отримати локальний ПДВ-номер і оплачувати податок на додану вартість в країні місцезнаходженні такої фізичної особи. Поява такого явища як MOSS (міні служба одного вікна) у 2015 році значно полегшила існування бізнесу в питанні сплати податку на додану вартість. З моменту появи MOSS компаніям не потрібно було отримувати локальні ПДВ-номери в кожній країні Європейського Союзу (ЄС), а достатньо було просто зареєструватися в системі і надати інформацію про продані товари та послуги у кожній країні Європейського Союзу, далі система сама передавала всю необхідну інформацію країнам ЄС про оплату ПДВ [8].

На даний час на зміну MOSS прийшли нові електронні інструменти за допомогою яких компанії можуть оформляти реєстрацію для сплати ПДВ за всіма своїми транскордонними транзакціями на території Євросоюзу. До них відносять введення нових оптимізованих режимів оподаткування транскордонних продажів усередині Євросоюзу: OSS (One Stop Shop) який по своїй суті є розширеною версією MOSS і дозволяє онлайн-компаніям вибрати одну з країн об'єднаної Європи, зареєструватися в ній платником ПДВ за всіма транскордонними онлайн-продажами товарів і послуг на території Євросоюзу і надавати звітність до податкової служби цієї країни на своїй рідній мові, навіть при здійсненні продажів в інші країни; IOSS (Import One Stop Shop) який представляє собою режим для продажу в Євросоюз імпортованих товарів, полегшує збір, декларування та сплату ПДВ для продавців, які поставляють товари із-за меж Євросоюзу покупцям в ЄС. На практиці це означає, що застосування таких електронних інструментів дозволяє постачальникам товарів декларувати та сплачувати ПДВ безпосередньо до податкових органів за своїм вибором, замість того, щоб стягувати з покупця ПДВ в той момент, коли вони самі отримують товари. Такі дії з боку ЄС створюють атмосферу визначеності і впевненості для розвитку е-комерції в країнах-членах ЄС.

Не дивлячись на те, що застосування таких інструментів значно полегшує роботу компаніям, важливим як для країн ЄС так і для України є посилення заходів адміністрування і ринкового нагляду у сфері електронної комерції. З цією метою в країнах ЄС було прийнято Регламент (ЄС) № 2019/1020 про ринковий нагляд та відповідність продукції від 20 червня 2019 р. (яким були внесені зміни до Директиви № 2004/42/ЄС та Регламентів (ЄС) № 765/2008 та № 305/201118). Згідно з новим Регламентом органам ринкового нагляду надано надзвичайно широкі повноваження, а їх діяльність повинна охоплювати всі стадії процесу постачання продукції, включаючи імпорт та цифрові ланцюги поставок. В Україні основним нормативно-правовим актом, що регулює адміністрування податків і здійснення контролю у сфері електронної комерції є Податковий Кодекс України. Відсутність спеціального законодавства у цій сфері робить український ринок більш ризикованим та небезпечним для споживачів. Саме тому велика частина ринку е-комерції в Україні знаходиться в тіні і це призводить до того, що сюди часто потрапляє продукція невідомого походження. Тому, для здійснення нагляду за е-комерцією необхідно звернути увагу на: поступову конвергенцію національного законодавства у сфері е-комерції з законодавством країн ЄС; стандарти-

зацію підходу до податкової звітності фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб, що здійснюють е-комерцію; обов'язкову реєстрацію та постановку на податковий облік суб'єктів підприємницької діяльності у сфері е-комерції; запровадження ефективного та дієвого механізму контролю електронних платіжних систем платника податку (суб'єкта господарювання), тобто контролювати надходження платежів за надані послуги від споживача; міжнародне співробітництво з податковими органами інших держав задля удосконалення здійснення податкового контролю в Україні.

Не дивлячись на певні проблеми у цій сфері, дії держави щодо оподаткування електронної комерції пови-

нні бути спрямовані на створення сприятливих умов для її розвитку. Це пов'язано з швидким розвитком нових технологій і тим, що ця сфера є потенційним джерелом податкових надходжень до бюджету. Враховуючи специфіку електронної комерції, при розробці механізму оподаткування її суб'єктів в Україні необхідно враховувати базові міжнародні положення у сфері оподаткування і адміністрування електронної комерції і на їх основі вносити зміни до Податкового кодексу України. Це допоможе уникнути протиріч між національною системою оподаткування і системою оподаткування країн ЄС і сприятиме збільшенню обсягів операцій у цій сфері.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Better Regulation Delivery Office. 2021. <https://en.brdo.com.ua/>.
2. Про електронну комерцію. Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
3. Блажівська Н. С. Електронний правочин у цивільному праві України : монографія / Н. С. Блажівська ; Ін-т законодавства ВР України. – Київ : Прав. єдність : Алерта, 2014. – 240 с.
4. Товкун Л.В., Перепелиця М.О. Правове регулювання електронної комерції та особливості її оподаткування в Україні та світі. URL: [http://lsej.org.ua/3\\_2022/40.pdf](http://lsej.org.ua/3_2022/40.pdf)
5. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998. United Nations publication. URL: [https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450\\_Ebook.pdf](https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf)
6. Vaugh, V., Ben-David, I., Park, H. 2018. Can taxes shape an industry? Evidence from the implementation of the "Amazon tax". *NBER Working Paper 2005*. URL: [https://www.zbw.eu/econisarchiv/bitstream/11159/218022/1/EBP074310127\\_0.pdf](https://www.zbw.eu/econisarchiv/bitstream/11159/218022/1/EBP074310127_0.pdf)
7. Солодан К.В. 2020. Правове регулювання оподаткування електронної комерції в США: аналіз ключових прецедентів. *Прикарпатський юридичний вісник*, 3(32), 59–64. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4765/1/document.pdf>
8. Солодан К.В. 2018. Правове регулювання оподаткування електронної комерції в США та країнах Європи: Порівняльно-правове дослідження. *Право і суспільство*, 2(3), 133–138. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/4764/9.pdf?sequence=1&isAllowed=y>