

І. П. Приходько,

д. держ. упр., професор, професор кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8630-2568>

Г. Є. Павлова,

д. е. н., професор, декан факультету обліку і фінансів,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1400-7348>

Т. О. Мачак,

старший викладач кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3746-4736>

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.20.66

ПОДАТКОВІ АСПЕКТИ Е-COMMERCE У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

I. Prikhodko,

Doctor of Sciences in Public Administration, Professor, Dnipro State Agrarian University of Economics, Dnipro, Ukraine

H. Pavlova,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Dean of the Faculty of Accounting and Finance,
Dnipro State Agrarian University of Economics, Dnipro, Ukraine

T. Machak,

Senior Lecturer, Dnipro State Agrarian University of Economics, Dnipro, Ukraine

TAX ASPECTS OF E-COMMERCE IN SOCIAL NETWORK

Сучасний розвиток соціальних мереж як каналів ведення бізнесу зумовлює потребу в ефективному оподаткуванні та прозорому обліку доходів. У статті досліджуються податкові особливості діяльності фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб, що здійснюють онлайн-бізнес у соціальних мережах, з урахуванням типових груп ФОП та масштабів діяльності компаній. Розглядаються впливи клієнтської бази на податкові зобов'язання, включаючи роботу з резидентами та нерезидентами, фізичними та юридичними особами, а також специфіку ПДВ та валютного контролю. Особлива увага приділяється проблемі хаотичних фінансових надходжень і необхідності їх структуризації через централізовану систему обліку та автоматизацію процесів. Запропонована модель прозорої системи обліку доходів включає інтеграцію платіжних каналів, автоматизовану категоризацію, валютну структуризацію та офіційну взаємодію з податковими органами. Результати дослідження підкреслюють, що впровадження централізованої та структурованої системи обліку є ключовим чинником легального функціонування та сталого розвитку онлайн-бізнесу в умовах цифрової економіки.

The rapid development of social networks as full-fledged business channels has created a pressing need for effective taxation and transparent income accounting. This study examines the tax framework for individual entrepreneurs (FOP) and legal entities conducting online business through social media platforms, considering different FOP groups and the scale of company operations. The research highlights the impact of client categories on tax obligations, differentiating between resident and non-resident, individual and corporate clients, and addresses the peculiarities of VAT and currency control in cross-border transactions. Special attention is given to the challenges posed by

unstructured financial inflows, which complicate accounting and tax reporting, and the need for their systematic organization. The proposed model for a transparent income accounting system emphasizes the centralization of payment channels, automated categorization of transactions, multi-currency structuring, and compliance with official tax reporting requirements. By integrating various payment methods, including bank transfers, electronic wallets, online marketplaces, and international platforms, and leveraging automated accounting and CRM systems, businesses can reduce errors, streamline reporting, and minimize tax risks. The study further explores the advantages of formalizing income through contracts, invoicing, and consistent reporting, highlighting its role in legal compliance and mitigating fiscal risks. The research demonstrates that adopting a structured and centralized financial management approach is crucial not only for legal compliance but also for sustainable growth in digital commerce. Moreover, the model facilitates scalability, improves financial visibility, enhances decision-making, and enables entrepreneurs and companies to effectively manage both domestic and international operations. Overall, the findings underscore that transparent financial management, proper taxation practices, and systematic income structuring form the backbone of successful online business operations in social networks, ensuring legal security, operational efficiency, and long-term business development in the context of the digital economy. The study provides a practical framework for online entrepreneurs and companies seeking to optimize tax planning, automate financial processes, and build resilient digital business models.

Ключові слова: онлайн-бізнес, соціальні мережі, оподаткування, ФОП, юридичні особи, податок на доходи, валютний контроль.

Key words: online business, social networks, taxation, individual entrepreneurs (FOP), legal entities, income tax, currency control.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розвиток соціальних мереж як каналів ведення бізнесу створює нові виклики для оподаткування та фінансового обліку. Онлайн-підприємці та компанії стикаються з необхідністю законного оформлення доходів, ведення податкової та бухгалтерської звітності, особливо при роботі з різними категоріями клієнтів — фізичними та юридичними особами, резидентами та нерезидентами. Хаотичні фінансові надходження, відсутність централізованого обліку та складність валютних операцій ускладнюють систематизацію доходів, підвищують податкові ризики і створюють перешкоди для легального розвитку бізнесу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасні дослідження правового та податкового регулювання електронної комерції, зокрема у соціальних мережах, демонструють значний розвиток теоретичних та прикладних підходів до формування ефективних моделей обліку та оподаткування. Так, Товкун Л., Перепелиця М. [1] систематизують міжнародний та український досвід регулювання електронної комерції, зосереджуючись на нормативно-правових аспектах і проблемах адаптації податкових режимів до цифрових каналів продажів. Проте в публікації обмежено увагу приділено механізмам інтеграції облікових систем із соціальними мережами та автоматизації процесів, що залишається актуальною проблемою для підприємців малого та середнього бізнесу.

Аналіз систем бухгалтерського обліку в контексті е-смерсе, проведений Проскуріною Н., Конєвою А. [2], підкреслює важливість стандартизації облікових

процедур та їх адаптації до онлайн-платформ. Водночас відсутність детального розгляду валютних операцій та специфіки взаємодії з міжнародними клієнтами обмежує прикладну цінність дослідження, особливо для підприємців, що працюють із нерезидентами. Лесько Н., Кіра С. [3] зосереджуються на правових засадах електронної комерції у соціальних мережах, виділяючи нормативні прогалини у сфері взаємодії з платформами та онлайн-платежами. Однак системного підходу до інтеграції податкового обліку із фінансовими потоками підприємств вони не пропонують.

В англомовних публікаціях, таких як Afanasieva I., Popovych O., Vinnichuk A. [4] та Panasyuk V. M., Melnychuk I. V., Ometsinska I. Y. [6], приділяється значна увага питанням бухгалтерського та податкового обліку в інтернет-бізнесі, включно з аналізом переваг централізації фінансових потоків та автоматизації обліку. Проте, незважаючи на практичну цінність рекомендацій, автори не приділяють достатньої уваги класифікації клієнтської бази та впливу її структури на податкові зобов'язання, що є критичним для оптимізації податкового планування у соціальних мережах.

Додатково, звіти UNCTAD [8] та матеріали онлайн-платформ [7, 9] висвітлюють проблеми непрямого оподаткування, міжнародних угод та валютного контролю. Вони підкреслюють складність регулювання транснаціональної діяльності, проте не пропонують інтегрованих моделей, які б поєднували автоматизований облік, централізацію платежів і легальну оптимізацію податкових зобов'язань.

Отже, попри значний обсяг досліджень, невирішеними залишаються питання комплексної інтеграції податкового обліку з соціальними мережами, автомати-

Таблиця 1. Порівняльна характеристика форм оподаткування онлайн-бізнесу в соціальних мережах

Параметр	ФОП I група	ФОП II група	ФОП III група	ФОП (загальна система)	Юридична особа (ТОВ)
Суб'єкти, які мають право застосувати	ФОП без найманих працівників, продаж товарів населенню (наприклад, handmade через соцмережі)	ФОП з до 10 найманими працівниками, продаж товарів/послуг населенню та іншим ФОП	Будь-який ФОП (без обмежень щодо кількості працівників і виду діяльності)	ФОП з будь-якою діяльністю та необмеженим оборотом	Юридичні особи будь-якої форми (ТОВ, АТ, приватні підприємства)
Ліміт доходу	До 1,185 млн грн/рік	До 5,421 млн грн/рік	До 7,818 млн грн/рік	Без обмежень	Без обмежень
Основний податок	Єдиний податок – до 10% прожиткового мінімуму (≈ 400 грн/міс)	Єдиний податок – до 20% мінімальної зарплати ($\approx 1\,400$ грн/міс)	5% від доходу (без ПДВ) або 3% від доходу (з ПДВ)	ПДФО – 18% від чистого доходу + військовий збір 1,5%	Податок на прибуток – 18% від прибутку
ЄСВ (єдиний соціальний внесок)	22% від мінімальної зарплати (сплачується щомісячно, $\approx 1\,600$ грн)	22% від мінімальної зарплати	22% від мінімальної зарплати	22% від фактичного доходу (не менше мінімального)	22% від зарплати кожного працівника
ПДВ	Не сплачується	Не сплачується	Обов'язково при перевищенні ліміту або добровільно	Обов'язково при перевищенні ліміту	Обов'язково при перевищенні ліміту
Звітність	Спрощена декларація 1 раз/рік	Декларація 1 раз/рік	Декларація щокварталу	Декларація щокварталу	Повний бухгалтерський облік, податкова та фінансова звітність
Приклади використання	Майстер, що продає власні вироби у Facebook	Власник невеликого онлайн-магазину з працівниками	Блогер-інфлюенсер, який отримує дохід від реклами в Instagram	ФОП, що займається імпортом товарів із високими витратами	Маркетингове агентство, велика e-commerce компанія

Джерело: систематизовано автором на основі [1, 4, 5, 6, 9].

зації фінансових потоків, обліку міжнародних транзакцій та класифікації клієнтської бази для оптимізації податкового планування. Системне поєднання цих аспектів могло б забезпечити ефективний, прозорий та легальний розвиток онлайн-бізнесу в умовах цифрової економіки, що залишається перспективним напрямом для подальших досліджень.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є визначення особливостей оподаткування онлайн-бізнесу в соціальних мережах, оцінка впливу клієнтської бази на податкові зобов'язання та розробка моделі прозорої системи обліку доходів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Розвиток соціальних мереж як повноцінних каналів ведення бізнесу зумовлює потребу у чіткому врегулюванні питань оподаткування. Система оподаткування в Україні для суб'єктів господарювання, що здійснюють діяльність у соціальних мережах, передбачає кілька альтернативних підходів залежно від організаційно-правової форми та масштабів бізнесу. Основний поділ

здійснюється між фізичними особами-підприємцями (ФОП) та юридичними особами (ТОВ, приватні підприємства, акціонерні товариства). Кожна з цих категорій має специфіку податкового навантаження, обліку та звітності.

Для ФОП найбільш поширеною є спрощена система оподаткування, яка передбачає сплату єдиного податку та єдиного соціального внеску (ЄСВ). Розмір податкового зобов'язання залежить від групи платника:

— I група — підприємці, що працюють без найманих працівників та обслуговують населення (наприклад, продаж handmade-товарів через соцмережі). Вони сплачують фіксовану суму єдиного податку (до 10% прожиткового мінімуму) та ЄСВ.

— II група — підприємці з найманими працівниками (наприклад, власники невеликих онлайн-магазинів у Instagram чи Facebook). Податок становить до 20% мінімальної зарплати плюс ЄСВ.

— III група — найпоширеніша серед інфлюенсерів, SMM-спеціалістів та продавців через маркетплейси. Передбачає сплату 5% від доходу (за відсутності ПДВ) або 3% (з ПДВ) та ЄСВ.

— загальна система для ФОП застосовується рідше. У такому разі підприємець сплачує податок на доходи

Таблиця 2. Вплив клієнтської бази на податкове навантаження онлайн-бізнесу

Категорія клієнтів	Податкові особливості для ФОП	Податкові особливості для юридичних осіб	Приклад із практики
Фізичні особи-резиденти	Спрощена система, єдиний податок, мінімальні вимоги до документів	Відображення доходу у звітності, без складних процедур	Продаж товарів у Facebook українським покупцям
Юридичні особи-резиденти	Необхідні акти, договори, можливий ПДВ	Податок на прибуток, ПДВ, повна документація	Реклама блогера для українського агентства
Фізичні особи-нерезиденти	Валютний контроль, облік доходу у гривнях, оподаткування в Україні	ПДВ не застосовується, але обов'язкове валютне декларування	Продаж цифрових курсів іноземним студентам
Юридичні особи-нерезиденти	Укладення контракту, акти, врахування міжнародних угод	Податок на прибуток, ПДВ (у разі імпорту/експорту послуг)	Співпраця e-commerce з європейським брендом

Джерело: систематизовано автором на основі [2, 3, 7, 10].

фізичних осіб (18%), військовий збір (1,5%) та ЄСВ. Ця система є вигідною при невеликих оборотах, але високих витратах, які можна врахувати для зменшення бази оподаткування.

Для юридичних осіб характерним є значно ширший спектр податкових зобов'язань. Основними є:

- податок на прибуток підприємств (ППП) у розмірі 18% від прибутку. Для компаній, що ведуть масштабний онлайн-бізнес у соцмережах (наприклад, маркетингові агентства чи великі e-commerce компанії), це ключове податкове зобов'язання;

- податок на додану вартість (ПДВ) у розмірі 20%. Обов'язковий у разі перевищення граничного обороту (1 млн грн протягом 12 місяців). Важливим аспектом є правильний облік ПДВ при операціях із нерезидентами, коли послуги з реклами чи просування надаються за межі України;

- ЄСВ за працівників, що розраховується як 22% від фонду заробітної плати. Для компаній із найманими працівниками це суттєва стаття витрат;

- додатково можуть застосовуватися акцизний податок (у разі продажу підакцизних товарів), мито при імпорті продукції тощо.

В таблиці 1 здійснено порівняльний аналіз форм оподаткування онлайн-бізнесу в соціальних мережах.

Як видно з таблиці 1, для дрібних підприємців у сфері соціальних мереж найбільш вигідними залишаються I та II група ФОП, що мінімізують податкові зобов'язання й дозволяють вести облік самостійно. III група є універсальною і підходить для більш масштабної діяльності, зокрема для інфлюенсерів та онлайн-торгівлі з великим оборотом.

Загальна система застосовується переважно тоді, коли витрати суттєво знижують базу оподаткування.

Натомість юридичні особи, з одного боку, несуть вищий податковий та адміністративний тягар, але, з іншого — отримують ширші можливості для масштабування бізнесу, залучення інвестицій і співпраці з великими партнерами.

Особливої уваги потребують податкові нюанси, які виникають при продажу товарів через соціальні мережі різними категоріями клієнтів. Податкове навантаження

онлайн-бізнесу значною мірою залежить від того, з якими категоріями клієнтів він працює. Характеристика клієнтської бази — це не лише соціально-демографічний чи поведінковий аспект, а й юридичний статус контрагентів (фізичні чи юридичні особи, резиденти чи нерезиденти (табл. 2)). Саме цей фактор визначає складність документального оформлення операцій, порядок нарахування податків і можливість застосування тієї чи іншої системи оподаткування.

Продаж фізичним особам-резидентам. У випадку, коли онлайн-бізнес у соцмережах орієнтований переважно на фізичних осіб-резидентів України, структура податкових зобов'язань є відносно простою. ФОП на спрощеній системі може легально відображати дохід у декларації, сплачуючи єдиний податок та ЄСВ. Наприклад, майстер, що продає прикраси через Instagram, отримує оплату на картку ФОП, і ця сума обліковується як дохід. Відсутність вимог до оформлення актів чи рахунків значно спрощує процес. Проте у разі перевищення ліміту доходів виникає обов'язок реєстрації платником ПДВ.

Співпраця з юридичними особами-резидентами. Зовсім інша ситуація виникає, коли клієнтами є юридичні особи. У такому випадку для зарахування витрат до податкового обліку компанія-клієнт потребує від ФОП чи іншого постачальника офіційних первинних документів: актів виконаних робіт, рахунків-фактур, податкових накладних (за умови реєстрації платником ПДВ). Наприклад, маркетингове агентство, яке замовляє рекламу у блогера, вимагає договір і акт, щоб підтвердити витрати. Це накладає додаткові зобов'язання на підприємця щодо ведення звітності та правильного обліку ПДВ.

Продаж нерезидентам (фізичним та юридичним особам). Найбільш складним є податковий режим у разі роботи з іноземними клієнтами. При продажу товарів чи послуг фізичним особам-нерезидентам ключовим аспектом стає валютний контроль, адже кошти надходять у валюті. У випадку юридичних осіб-нерезидентів додатково враховуються положення міжнародних договорів про уникнення подвійного оподаткування. Наприклад, інфлюенсер, який отримує дохід від співпраці



Рис. 1. Модель побудови прозорої системи обліку доходів онлайн-бізнесу в соціальних мережах

Джерело: розроблено автором.

з іноземним брендом, має задекларувати валютний дохід у гривневому еквіваленті та сплатити податки в Україні. Для юридичних осіб це означає ще й необхідність правильного відображення таких операцій у бухгалтерському та податковому обліку.

Таким чином, специфіка клієнтської бази безпосередньо визначає складність і обсяг податкових зобов'язань онлайн-бізнесу. Робота з фізичними особами-резидентами є найпростішою та найменш формалізованою. Співпраця з юридичними особами потребує суворішого документального оформлення і, часто, залучення бухгалтера. Найбільш складними є операції з нерезидентами, що поєднують валютні ризики, міжнародне податкове регулювання та підвищені вимоги до звітності. Для підприємців та компаній у сфері соціальних мереж правильна ідентифікація клієнтів стає не лише комерційним, а й податково-стратегічним фактором.

Значну роль у діяльності підприємців відіграє облік податку на додану вартість та інших непрямих податків. У випадках, коли обсяг доходів перевищує встановлений законодавством ліміт, суб'єкти господарювання зобов'язані реєструватися платниками ПДВ. Це накладає додаткові вимоги щодо ведення обліку, формування податкових накладних та своєчасного подання звітності. Крім того, застосування онлайн-платформ як посередників у здійсненні транзакцій створює специфічні ситуації, коли важливим є коректне розмежування доходів, комісій і витрат, що безпосередньо впливає на податкові зобов'язання підприємця.

Сфера оподаткування онлайн-бізнесу в соціальних мережах супроводжується низкою викликів. Для малих

підприємців і, зокрема, інфлюенсерів, які монетизують власну діяльність через рекламу, партнерські програми чи продаж товарів, складнощі виникають у сфері контролю та звітності. Основною проблемою функціонування онлайн-бізнесу є необхідність формалізації доходів, що надходять із різних джерел, у тому числі міжнародних. Така особливість ускладнює систематичне ведення обліку та створює додаткові ризики для підприємців, оскільки вимагає одночасного використання кількох інструментів звітності, врахування валютних операцій і дотримання вимог податкового законодавства. Відтак, формування прозорої системи оподаткування онлайн-підприємництва стає ключовим чинником його легального функціонування та подальшого розвитку (рис. 1).

Єдина фінансова інфраструктура для обліку доходів постає фундаментом ефективно організації онлайн-бізнесу. Підприємці, як правило, отримують кошти через різноманітні канали — банківські перекази, електронні гаманці, торговельні платформи (Facebook, Instagram, Etsy, Shopify), а також міжнародні системи (PayPal, Stripe, Wise). Тому виникає проблема структурування надходжень (табл. 3).

Порівняльний аналіз таблиці 3 демонструє суттєву різницю між хаотичними та структурованими надходженнями. У випадку хаотичних потоків джерела доходів є розпорошеними, платежі не ідентифікуються належним чином, а облік здійснюється вручну, що підвищує ризик помилок і ускладнює податкову звітність.

Навпаки, структуровані надходження організовуються через єдиний бізнес-рахунок чи інтегровані платіжні сервіси, що забезпечує автоматичну ідентифікацію завдяки інвойсам і CRM-системам, спрощує облік

Таблиця 3. Хаотичні та структуровані надходження

Показник	Неструктуровані надходження	Структуровані надходження
Джерела	Банківські картки, готівка, різні платформи	Єдиний бізнес-рахунок, інтегровані платіжні сервіси
Ідентифікація платежу	Мінімальна, часто відсутня	Автоматична (інвойси, коди замовлень, CRM)
Облік	Ручний, з високою ймовірністю помилок	Автоматичний, інтегрований
Податкові ризики	Високі (непідтверджені доходи)	Низькі (все підтверджено офіційними документами)
Витрати на контроль	Час, ручна перевірка	Мінімізовані завдяки автоматизації
Зручність для бізнесу	Обмежена, хаотична	Висока, прозора, контрольована

Джерело: узагальнено автором на основі практичного досвіду.

та знижує податкові ризики. Вирішення проблеми неструктурованих доходів полягає у переході до централізованої моделі управління фінансовими потоками. Вона ґрунтується на інтеграції платіжних каналів, автоматизації обліку, валютній структуризації та офіційній взаємодії з податковими органами. Такий підхід забезпечує зниження ризиків, оптимізацію звітності та створює передумови для сталого розвитку онлайн-бізнесу в умовах цифрової економіки. Перехід від хаотичних каналів отримання коштів до системної моделі передбачає фіксацію, категоризацію та відображення кожного надходження у звітності. За відсутності централізації фінансових потоків виникає ризик дублювання транзакцій, втрати контролю та ускладнень у податковому обліку. Вирішенням є впровадження інтегрованої бухгалтерської системи або CRM із фінансовим модулем, яка автоматично синхронізує дані з усіх платіжних каналів (наприклад, через API чи банківські виписки). Це забезпечує консолідований звіт і значно знижує ймовірність помилок.

Важливим напрямом є автоматизація категоризації надходжень. У сфері електронної комерції значна частина платежів надходить без деталізованого призначення — наприклад, із позначкою "оплата", що унеможливує визначення конкретного клієнта чи товару. Для усунення цієї проблеми доцільним є застосування стандартів реквізитів (QR-коди, інвойси з унікальними кодами платежів) та інтеграція онлайн-магазинів із бухгалтерськими сервісами (M.E.Doc, iFin, BAS, Xero, QuickBooks). Це дозволяє автоматично співвідносити платежі із замовленнями та мінімізує потребу в ручній обробці даних.

Окремої уваги потребує валютна структуризація. Міжнародні транзакції супроводжуються комісіями, валютними ризиками та необхідністю конвертації. В таких умовах ефективними інструментами стають мультивалютні бізнес-рахунки (Revolut Business, Wise, Payoneer), ведення обліку доходів у валюті їх надходження з подальшою офіційною конвертацією, а також застосування валютного обліку для уникнення спотворень у фінансовій звітності. Це забезпечує прозорість міжнародних операцій та зменшує ризик податкових непорозумінь.

Формалізація доходів для податкових органів є ключовим аспектом легалізації бізнесу. Значна частина підприємців продовжує працювати у напівофіційному

форматі, що ускладнює підтвердження джерел доходів. Для уникнення ризиків необхідно здійснювати всі бізнес-платежі через офіційні рахунки фізичної особи-підприємця чи юридичної особи, укладати договори з клієнтами та платформами (у тому числі в електронній формі), а також систематично подавати звітність із дотриманням вимог щодо сплати єдиного соціального внеску, податку на доходи фізичних осіб чи єдиного податку.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз податкових аспектів електронної комерції у соціальних мережах демонструє, що сучасний бізнес у цифровому середовищі потребує чіткої системи обліку та прозорої податкової стратегії. Для фізичних осіб-підприємців найбільш вигідними залишаються спрощені системи оподаткування (I, II та III групи ФОП), які дозволяють мінімізувати податкове навантаження та вести облік самостійно. Юридичні особи, незважаючи на високі податкові та адміністративні вимоги, отримують ширші можливості для масштабування бізнесу, залучення інвестицій та співпраці з великими партнерами.

Ключовим фактором у податковому плануванні є характеристика клієнтської бази: робота з фізичними особами-резидентами є відносно простою, тоді як співпраця з юридичними особами та нерезидентами створює додаткові облікові та валютні ризики. Центральним елементом ефективної системи стає інтеграція фінансових потоків через автоматизовані платіжні та бухгалтерські сервіси, валютна структуризація доходів та формалізація операцій для податкових органів.

Невирішеними залишаються питання комплексної інтеграції облікових систем із соціальними мережами, автоматизації процесів класифікації клієнтської бази, обліку міжнародних транзакцій та оптимізації податкових зобов'язань у разі мультивалютних надходжень.

Напрями подальших досліджень може бути розробка інтегрованих моделей податкового обліку для бізнесу у соціальних мережах із урахуванням специфіки міжнародних операцій, аналіз впливу класифікації клієнтської бази на структуру податкових зобов'язань та стратегії податкового планування.

Література:

1. Товкун Л., Перепелиця М. Правове регулювання електронної комерції та особливості її оподаткування в Україні та світі. Юридичний науковий електронний жур-

нал. 2022. № 3. С. 178—182. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2022-3/40>.

2. Проскуріна Н., Конєва А. Електронна комерція: особливості системи бухгалтерського обліку. Економіка та суспільство. 2021. № 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-95> (дата звернення: 01.10.2025).

3. Лесько Н., Кіра С. Правові засади електронної комерції в соціальних мережах. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: "Юридичні науки". 2022. № 3. С. 161—165. DOI: <https://doi.org/10.23939/law2022.35.161>.

4. Afanasieva I., Popovych O., Vinnichuk A. Accounting and tax aspects of electronic commerce. Economic scope. 2025. no. 201. pp. 9—13. DOI: <https://doi.org/10.30838/ep.201.9-13> (accessed: 01.10.2025).

5. Крутько М. А. Проблемні аспекти правового регулювання оподаткування електронної комерції. Знання європейського права. 2022. № 6. С. 50—54. DOI: <https://doi.org/10.32837/chern.v0i6.298> (дата звернення: 01.10.2025).

6. Panasyuk V. M., Melnychuk I. V., Ometsinska I. Y. Accounting and Taxation in Internet Business: Development Prospects and Challenges. Business Inform. 2024. Vol. 1, vol. 552. pp. 258—266. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-258-266> (Accessed: 01.10.2025).

7. Ефективне податкове планування для масштабування онлайн-бізнесу. 4B. URL: <https://4b.ua/blog/tax-benefits-and-planning/> (дата звернення: 01.10.2025).

8. Indirect taxation of e-commerce and digital trade: Implications for developing countries Policy review. UN Trade and Development (UNCTAD). URL: <https://unctad.org/publication/indirect-taxation-e-commerce-and-digital-trade-implications-developing-countries?> (Accessed: 01.10.2025).

9. Як правильно платити податки з онлайн-продажів: посібник для інтернет-підприємців. "Консультант" Юридичний маркетплейс: послуги юриста онлайн — consultant.net.ua. URL: <https://consultant.net.ua/consultant-article/11483> (дата звернення: 01.10.2025).

10. Koba O., Khrypko V. Accounting and taxation of electronic commerce in Ukraine. Economics and region. 2025. no. 2 (97). pp. 176—183. DOI: [https://doi.org/10.26906/eir.2025.2\(97\).3803](https://doi.org/10.26906/eir.2025.2(97).3803) (Accessed: 01.10.2025).

11. Nahirna M., Dorosh O. Key aspects of using social networks for the b2b business model. Ekonomika ta derzhava. 2021. no. 10. pp. 80. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.10.80> (Accessed: 01.10.2025).

References:

1. Tovkun, L., & Perepelytsia, M. (2022), "Legal regulation of electronic commerce and features of its taxation in Ukraine and worldwide", Yurdynskyi naukovyi elektronnyi zhurnal, vol. 3, pp. 178—182. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2022-3/40>

2. Proskurina, N., & Koneva, A. (2021), "Electronic commerce: Features of the accounting system", Ekonomika ta suspilstvo, vol. 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-95>

3. Lesko, N., & Kira, S. (2022), "Legal foundations of electronic commerce in social networks", Visnyk

Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika". Seriya: "Yurydychni nauky", vol. 3, pp. 161—165. DOI: <https://doi.org/10.23939/law2022.35.161>

4. Afanasieva, I., Popovych, O., & Vinnichuk, A. (2025), "Accounting and tax aspects of electronic commerce", Economic Scope, vol. 201, pp. 9—13. DOI: <https://doi.org/10.30838/ep.201.9-13>

5. Krutko, M. A. (2022), "Problematic aspects of legal regulation of electronic commerce taxation", Znannia ievropeiskoho prava, vol. 6, pp. 50—54. DOI: <https://doi.org/10.32837/chern.v0i6.298>

6. Panasyuk, V. M., Melnychuk, I. V., & Ometsinska, I. Y. (2024), "Accounting and taxation in internet business: Development prospects and challenges", Business Inform, vol. 1(552), pp. 258—266. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-258-266>

7. 4B (2024), "Effective tax planning for scaling online business", Available at: <https://4b.ua/blog/tax-benefits-and-planning/> (Accessed 05 Oct 2025).

8. UN Trade and Development (UNCTAD), (2025), "Indirect taxation of e-commerce and digital trade: Implications for developing countries | Policy review", Available at: <https://unctad.org/publication/indirect-taxation-e-commerce-and-digital-trade-implications-developing-countries> (Accessed 05 Oct 2025).

9. Yurydychnyi marketplace. (2025), "How to correctly pay taxes on online sales: A guide for internet entrepreneurs", Available at: <https://consultant.net.ua/consultant-article/11483> (Accessed 05 Oct 2025).

10. Koba, O., & Khrypko, V. (2025), "Accounting and taxation of electronic commerce in Ukraine", Economics and Region, vol. 2 (97), pp. 176—183. DOI: [https://doi.org/10.26906/eir.2025.2\(97\).3803](https://doi.org/10.26906/eir.2025.2(97).3803)

11. Nahirna, M., & Dorosh, O. (2021), "Key aspects of using social networks for the B2B business model", Ekonomika ta derzhava, vol. 10. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.10.80>

Стаття надійшла до редакції 09.10.2025 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)
Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292**

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663