

Отримано: 22 листопада 2017 р.

Прорецензовано: 04 грудня 2017 р.

Прийнято до друку: 09 грудня 2017 р.

e-mail: chizhev@ztu.edu.ua

DOI: 10.25264/2311-5149-2017-7(35)-120-124

Чижевська Л. В. Розрахункові операції на підприємствах електронної комерції: обліковий аспект. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, грудень 2017. № 7(35). С. 120–124.

УДК: 657

JEL-класифікація: M49

**Чижевська Людмила Віталіївна,**

*доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і аудиту  
Житомирський державний технологічний університет*

## РОЗРАХУНКОВІ ОПЕРАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

*У статті досліджено особливості розрахунків, що проводяться під час здійснення господарської діяльності підприємствами електронної комерції. Метою дослідження є визначення проблемних аспектів облікового відображення розрахункових операцій Інтернет-магазинів. У межах дослідження визначено особливості бухгалтерського обліку господарських операцій, пов'язаних із оплатою товарів в Інтернет-магазинах такими способами: оплата готівкою; оплата банківським переказом; оплата поштовим переказом; післяплата; оплата із використанням електронних грошей. Результатом дослідження є встановлення обмежуючих чинників у разі проведення розрахунків зазначеними способами та визначено напрями зменшення їх впливу з метою стимулювання розвитку електронної комерції в Україні.*

**Ключові слова:** бухгалтерський облік, електронна комерція, електронні гроші, Інтернет-магазин.

**Чижевская Людмила Виталиевна,**

*доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры учета и аудита  
Житомирский государственный технологический университет*

## РАСЧЕТНЫЕ ОПЕРАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: УЧЕТНЫЙ АСПЕКТ

*В статье исследованы особенности расчетов, осуществляемых в хозяйственной деятельности предприятиями электронной коммерции. Целью исследования является определение проблемных аспектов учетного отображения расчетных операций Интернет-магазинов. В рамках данного исследования определены особенности бухгалтерского учета хозяйственных операций, связанных с оплатой товаров в Интернет-магазинах следующими способами: оплата наличными; оплата банковским переводом; оплата почтовым переводом; оплата наложенным платежом; оплата с использованием электронных денег. Результатом исследования является установление ограничивающих факторов при проведении расчетов указанными способами и определены направления уменьшения их влияния с целью стимулирования развития электронной коммерции в Украине.*

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, электронная коммерция, электронные деньги, Интернет-магазин.

**Ludmila Chyzhevska,**

*Doctor of Economics, Professor, Professor at the Department of Accounting and Auditing,  
the Zhytomyr State Technological University*

## PAYMENT TRANSACTIONS AT THE E-COMMERCE ENTERPRISES: ACCOUNTING ASPECT

*The article oversees the peculiarities of financial settlements carried out in the course of e-commerce enterprises economic activity. The research aims to identify problem aspects of financial settlement transactions representation in terms of online stores' accounting. Within this study the author identifies peculiarities of accounting for business transactions related to the payment of goods in online stores namely: payment in cash; payment by bank transfer; payment by postal transfer; payment on delivery; payment using e-money. Within the study the author has defined limiting factors for financial settlements conducting in the indicated ways and determined the directions of their leveling in order to stimulate the development of e-commerce in Ukraine.*

**Key words:** accounting, e-commerce, e-money, online store.

**Постановка проблеми.** Починаючи із кінця ХХ століття, що ознаменувався винайденням і впровадженням майже в усі сфери суспільного життя мережі Інтернет, у світовій економіці почав швидко розвиватися новий вид бізнесу – електронна комерція. Використання мережевих технологій у господарській діяльності зумовлене значними конкурентними перевагами, що отримав електронний бізнес у результаті їх упровадження. Завдяки використанню мережі Інтернет, підприємства електронної комерції змогли забезпечити свою присутність у кожному куточку планети, де глобальна мережа є доступною. Підпри-

ємства електронної комерції мають можливість постійно покращувати свою конкурентоспроможність завдяки широкому вибору товарів і послуг, що пропонуються кінцевому споживачеві; а також «зменшенню відстані» між виробником і кінцевим споживачем шляхом використання нових підходів до ведення бізнесу.

В Україні електронна комерція розвивається повільніше, порівняно із світовими темпами зростання, оскільки рівень проникнення Інтернет і його використання населенням, рівень розвитку платіжних систем і розповсюдження поштових відділень, а також купівельна спроможність українців є значно нижчими, порівняно із багатьма країнами світу. За даними дослідження ЮНКТАД, у результаті якого визначався В2С-індекс для 192 країн світу, у 2016 році Україна займала 54 сходинку рейтингу між Румунією і Коста-Рікою [1].

Порівнюючи темпи розвитку електронної комерції України із іншими галузями вітчизняної економіки, варто відзначити її прогресивну спрямованість і постійний розвиток. У 2016 році обсяги продажів товарів і послуги, що були здійснені в галузі електронної комерції, зросли на 30–40% порівняно із 2015 роком. Загальний обсяг реалізованих товарів і послуг у зазначеній галузі зафіксовано на позначці 38,5 млрд дол. Якщо вказані тенденції збережуться, то за прогнозами економістів обсяги продажів підприємств електронної комерції у 2017 році дорівнюватимуть 50,0 млрд дол. Незважаючи на позитивні тенденції, експерти наголошують на недостатньому розвитку ринку електронної комерції в Україні, частка якого складає близько 3% від загального ринку реалізованих товарів і послуг. У розвинених країнах цей показник досягає 10–15% [2].

Розвиток підприємств електронної комерції в Україні, міжнародний характер їх діяльності, застосування нових підходів до організації та ведення бізнесу зумовили необхідність адаптації наявної системи бухгалтерського обліку до вимог нового виду бізнесу. Використання нових форм взаємодії між господарюючим суб'єктом і кінцевим споживачем стало причиною зміни порядку оформлення господарських договорів і первинних документів, що підтверджують факт здійснення господарської операції. Виникнення нових видів нематеріальних товарів вимагає нових підходів до їх оцінки, визнання та відображення в бухгалтерському обліку. Ведення бізнесу в електронному середовищі зумовило необхідність переведення більшості первинних документів та облікових реєстрів в електронне середовище, використання інформаційно-мережових технологій змінило підходи до зберігання облікової інформації, складання та подання фінансової звітності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремі аспекти проблеми адаптації бухгалтерського обліку до вимог користувачів, що приймають рішення на підприємствах електронної комерції, розглянуто у працях багатьох учених-обліковців і бухгалтерів-практиків. Бухгалтерів, податкових консультантів і юристів цікавлять проблеми, що мають більш прикладний характер, зокрема, системи оподаткування, що можуть бути використані в Інтернет-магазинах [3]; особливості реєстрації, постановки та ведення обліку в Інтернет-магазині [4]; порядок укладання та реєстрації електронних договорів на підприємствах електронної комерції [5]. Для наукових публікацій за заданою тематикою характерний більш високий рівень узагальнення та систематизації інформації, порівняння наявної системи обліку із міжнародним досвідом, пропозиції щодо вдосконалення вітчизняної системи бухгалтерського обліку відповідно до вимог сучасної економіки [6; 7]. Водночас варто відзначити, що підприємства електронної комерції розвиваються дуже швидкими темпами, тому проблеми, пов'язані із адаптацією окремих аспектів системи бухгалтерського обліку для підприємств такої галузі, залишатимуться актуальними ще протягом тривалого часу. У межах нашого дослідження будуть визначені проблеми бухгалтерського обліку операцій, пов'язаних із оплатою товарів, придбаних в Інтернет-магазинах кінцевими споживачами.

**Метою дослідження** є визначення проблемних аспектів облікового відображення розрахункових операцій Інтернет-магазинів.

**Виклад основного матеріалу.** У спрощеному вигляді взаємодію Інтернет-магазину із кінцевим споживачем представлено на рис. 1. Представлена схема ілюструє, що для здійснення господарської операції кінцевий споживач повинен здійснити замовлення на сайті Інтернет-магазину, і його оплатити до моменту відправлення товару, якщо за умовами договору передбачена попередня оплата. Інтернет-магазин зобов'язується відправити кінцевому споживачеві обраний ним товар та організувати його доставку. Якщо за умовами договору передбачена післяплата товару, то після відправки Інтернет-магазин зобов'язаний отримати кошти, відправлені покупцем, та оформити всі господарські операції в бухгалтерському обліку згідно з вимогами чинного законодавства.



**Рис. 1. Процес взаємодії Інтернет-магазину із кінцевим споживачем**

У межах нашого дослідження слід розглянути особливості бухгалтерського відображення господарських операцій, що пов'язані з оплатою товарів такими способами:

1) оплата здійснюється готівкою кінцевим споживачем за умови його безпосередньої присутності в Інтернет-магазині або під час особистої зустрічі із представником магазину;

2) оплата банківським переказом;

3) оплата поштовим переказом;

4) післяплата;

5) оплата із використанням електронних грошей.

У разі використання готівки під час здійснення розрахункових операцій, Інтернет-магазин повинен видати покупцю фіскальний чек. Передача покупцю фіскального чеку є нескладною операцією за умови, що покупець та Інтернет-магазин знаходяться в одному населеному пункті. У такому випадку при отриманні товару та його оплаті готівкою, представник Інтернет-магазину роздруковує і видає покупцю фіскальний чек. Проте більшість Інтернет-магазинів працюють із споживачами із різних населених пунктів, які не мають змоги отримувати товар безпосередньо в офісі або на складі Інтернет-магазину. Для дотримання норм чинного законодавства, якщо частка готівкових розрахунків є значною в загальній структурі розрахункових операцій Інтернет-магазину, доцільним є створення власної служби доставки. У цьому випадку представник Інтернет-магазину, що здійснює доставку та приймає готівку від покупця в момент передачі товару роздруковує фіскальний чек на портативному реєстраторі розрахункових операцій, виконуючи в такий спосіб вимоги чинного законодавства. Важливим є факт, що за умови організації власної кур'єрської служби на підприємствах електронної комерції й одночасним виконанням кур'єрами посадових обов'язків касира з ними повинен бути укладений договір про повну матеріальну відповідальність.

Наступним способом оплати товарів є перерахування коштів через банківську установу на поточний рахунок Інтернет-магазину. У разі використання зазначеного способу оплати реєстратор розрахункових операцій не використовується, тому необхідності у видачі покупцеві фіскального чеку немає. Документами, що підтверджуватимуть факт отримання товарів та надання гарантійних зобов'язань по ньому, будуть квитанція, чек (нефіскальний), акт, накладна; а документом, що підтверджують оплату – квитанція банку.

Під час використання поштового переказу для оплати товарів, отриманих поштою від Інтернет-магазину, видача покупцеві фіскального чеку також не здійснюється. Така ситуація виникає в результаті того, що підприємство поштового зв'язку, що отримує кошти від покупця за товар, потім перераховує їх на поточний рахунок Інтернет-магазину. Виходячи із цього, Інтернет-магазин не отримує готівку і, як результат, не зобов'язаний використовувати реєстратор розрахункових операцій для документального оформлення зазначеної господарської операції. Недоліком цього способу взаємодії Інтернет-магазину та покупця є тривалий час із моменту відправлення товару до моменту зарахування коштів на рахунок Інтернет-магазину. Згідно з чинним законодавством у бухгалтерському обліку дохід підприємства визнається з моменту переходу права власності на товар від продавця до покупця, тобто в поштовому відділенні, тому можуть виникнути ситуації, коли дохід підприємства на рахунках бухгалтерського обліку буде визнаватися із запізненням. Для вирішення цієї ситуації В. А. Туржанський [8] пропонує визнавати дохід Інтернет-магазину в момент передачі товару представником Інтернет-магазину представнику поштового відділення для доставки. Такий підхід на сьогодні суперечить вимогами Податкового кодексу України, проте у випадку внесення змін до чинного законодавства в запропонованому вченим напрямі,

інформація щодо отриманого Інтернет-магазинами доходу в конкретний період часу буде більш достовірною та доречною для прийняття рішень.

Оплата товару накладеним платежем викликає низку питань, пов'язаних із доставкою фіскального чеку кінцевому покупцю, оскільки в момент передачі коштів на поштовому підприємстві фіскальний чек видається лише на суму послуг, пов'язаних із доставкою коштів від покупця до Інтернет-магазину. Фіскальний чек, у якому б зазначалася вартість придбаного покупцем в Інтернет-магазині товару, не може бути виданий поштовим підприємством, оскільки оприбуткування коштів буде здійснюватися в Інтернет-магазині і саме він повинен видавати фіскальний чек. Таким чином, післяплата зобов'язує підприємство електронної комерції роздруковувати фіскальний чек, водночас схема його передачі покупцеві не врегульована чинним законодавством та в окремих випадках не дозволяє покупцеві відстоювати свої права в суді у випадку отримання товару неналежної якості.

Виходячи із зазначеного, можна із упевненістю стверджувати, що безготівкові розрахунки є більш зручними та надійними як для підприємств електронного бізнесу, так і для їх споживачів. У випадку правильного державного регулювання безготівкових розрахунків на рівні держави, вони поступово витіснять готівку із господарського обороту. Одним із видів безготівкових розрахунків, які широко використовують у світі та поступово набирають популярності в Україні, є електронні гроші.

Основні переваги використання електронних грошей полягають у тому, що вони дозволяють здійснювати розрахункові операції миттєво та не мають регіональних обмежень під час проведення господарських операцій.

До недоліків розрахунків електронними грошима можна віднести: значні, порівняно із комісією банку, витрати на конвертацію електронних грошей у готівку; ризики шахрайства; зберігання грошей власників гаманців на рахунках юридичних осіб; недосконале чинне законодавство, згідно із вимогами якого здійснювати розрахунки електронними грошима може обмежена кількість суб'єктів господарювання; лімітованість суми грошей на електронному гаманці [9].

Найбільш відомими та задіяними в розрахункових операціях в мережі Інтернет є: Webmoney, RBK Money, Яндекс.Деньги, Інтернет.Деньги, E-Gold, PayPal, LiqPay, Z-Payment, Assist, EasyPay, Moneymail, INO Card, ICQMoney, CyberPlat, E-Port, Bank o Phone, E-pay, Ukash, Portmone, Fethard. Вибір конкретного виду електронних грошей залежить від багатьох факторів: чи проводяться розрахунки в межах однієї країни, чи пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю суб'єкта господарювання; наявність пунктів поповнення рахунків електронних грошей (електронних гаманців) і пунктів обміну умовних одиниць тієї чи іншої платіжної системи; зручність користування, наявність служби підтримки, швидкість реагування розробників системи в разі виникнення збоїв процедури розрахунків тощо [10].

У світовій практиці використання електронних грошей їм притаманні такі характеристики:

– електронні гроші створюються та обслуговуються небанківськими установами, а операторами платіжних систем (China UnionPay, MasterCard, PrivatMoney, PayPal, Western Union), які здебільшого є суб'єктами господарювання, що не належать до банківського сектору;

– під час розрахунків електронними грошима можна застосовувати різні види валют, що полегшують їх використання в міжнародній діяльності (це є надзвичайно важливим для підприємств електронної комерції).

В Україні емітентами електронних грошей можуть бути винятково банківські установи, що співпрацюють із окремими платіжними системами; валютою, яка може бути використана при випуску електронних грошей, може бути лише гривня. Не всі міжнародні системи, що працюють на міжнародному ринку електронних грошей, є легітимними в Україні, зокрема, розрахунки в системі PayPal в Україні є обмеженими.

Положенням про електронні гроші в Україні [11] встановлені обмеження щодо сум електронних грошей на електронному пристрої, що перебуває в розпорядженні користувача:

– сума електронних грошей на електронному пристрої, який не може поповнюватися, не повинна перевищувати 4000 гривень;

– сума електронних грошей на електронному пристрої, який може поповнюватися, не повинна перевищувати 14000 гривень.

Користувачі мають право використовувати електронні гроші для здійснення розрахунків за допомогою електронного пристрою, який поповнюється і перебуває в розпорядженні користувача в сумі до 62 000 гривень протягом календарного року. До розрахунку цієї суми не належать електронні гроші, погашені на вимогу користувача протягом календарного року.

Відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, електронні гроші – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі. Облік електронних грошей ведеться на субрахунку 335 «Електронні гроші, номіновані в національній



валюти» відображаються операції з електронними грошима, які здійснюються комерційними агентами та користувачами, відповідно до нормативно-правових актів Національного банку України та правил використання електронних грошей, узгоджених із Національним банком України.

Розвиток системи електронних грошей в Україні стримується заборонаю приймати їх суб'єктами господарювання, що перебувають на спрощеній системі оподаткування. Пункт 291.6 Податкового кодексу України прямо встановлює, що розрахунки між такими особами можливі тільки у грошовій формі, тобто готівкової чи безготівкової. Таким чином, ринок електронних грошей залишається закритим для значної частини фізичних – осіб підприємців, які здебільшого є платниками єдиного податку. Як бачимо, підприємства можуть використовувати електронні гроші в Україні як торговці та як користувачі. Проте поки що це має певні обмеження з огляду на недосконалість законодавства, яке регулює обіг та облік електронних грошей [12]. Недосконалість чинного законодавства в цій сфері гальмує розвиток ринку електронних платежів та електронної комерції загалом.

**Висновки.** Отже, розвиток електронної комерції в Україні й Інтернет-магазинів як найбільш розвинутого її сектору потребує підтримки з боку держави. Враховуючи, що Інтернет-магазини змушені конкурувати із міжнародними гравцями на ринку електронної комерції, обмеження чинного законодавства щодо використання популярних платіжних систем або використання електронних грошей окремими категоріями суб'єктів господарювання наносять шкоду вітчизняній економіці. Особливості оформлення господарських операцій підприємствами електронної комерції має бути максимально спрощена для розширення обсягів їх діяльності в майбутньому, що забезпечить зростання вітчизняної економіки, яка знаходиться у кризовому стані.

#### Література:

1. UNCTAD B2C e-commerce Index 2016. UNCTAD Technical Notes on ICT for Development [Electronic resource] // URL: [http://unctad.org/en/Publications\\_Library/tn\\_unctad\\_ict4d07\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Publications_Library/tn_unctad_ict4d07_en.pdf).
2. Рынок e-commerce в Украине – это 3% от всего ритейла [Електронний ресурс] URL: <http://ua-retail.com/2017/01/gynok-e-commerce-v-ukraine-eto-3-ot-vsego-ritejla>.
3. Гугарц Д. Оподаткування інтернет –магазину. Частина перша : Загальна система [Електронний ресурс] // Режим доступу : [http://www.bankchart.com.ua/biznes/derzhregulyuvannya/statti/opodatkuvannya\\_internet\\_magazynu\\_chastina\\_persha\\_zagalna\\_sistema](http://www.bankchart.com.ua/biznes/derzhregulyuvannya/statti/opodatkuvannya_internet_magazynu_chastina_persha_zagalna_sistema).
4. Степанов А. Відкриття інтернет-магазину: перспективний startup [Електронний ресурс] / А. Степанов, Т. Гуленко // Режим доступу : <http://yur-gazeta.com/publications/practice /inshe/vidkrittya-internetmagazynu-perspektivniy-startup.html>.
5. Хмелевський І. Що таке інтернет-магазин [Електронний ресурс] / І. Хмелевський // Режим доступу : <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2015/december/issue-101/article-14158.html>.
6. Чижевська Л. В. Бухгалтерський облік підприємств електронного бізнесу: нові виклики / Л. В. Чижевська, В. А. Кулик // Розвиток бухгалтерського обліку, економічного аналізу та аудиту у ХХІ-му столітті: тези виступів Міжнародної науково-практичної конференції. – Житомир : Вид-во О.О. Євнюк, 2015. – С. 104-106.
7. Крутова А. С. Облік в системі електронної комерції : [монографія] / А. С. Крутова. – Х., 2010. – 395 с.
8. Туржанський В. А. Облік витрат на створення Інтернет-магазину та здійснення торговельних операцій [Електронний ресурс] / В. А. Туржанський. – Режим доступу : <http://diatekc.net/download/webshop-buch.pdf>.
9. Кулик В. А. Облік та оподаткування операцій з електронними грошима в Україні / В. А. Кулик // Науковий вісник ПУЕТ. – 2015. – № 2. – С. 143–149.
10. Гончарук М. О. Специфіка облікового відображення електронних грошей в обліку [Електронний ресурс] / М. О. Гончарук – Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/123456789/4397>.
11. Положення про електронні гроші в Україні: затверджене постановою Правління НБУ від 04.11.2010 р. № 481 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1336-10>.
12. Дучак Б. Електронні гроші в (У)країні третього світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ifrs.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/FZ000975](http://ifrs.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ000975).