

ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Е-КОМЕРЦІЇ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ. ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ

Х. Р. ГАЛЬЧАК, магістрант
Західноукраїнський національний університет

Аналіз сучасного стану розвитку міжнародної та вітчизняної електронної дозволяє виявити основні тенденції галузі, перспективи розвитку та загрози, які виникають між всіма учасниками відносин даної сфери. Той вплив, який здійснює електронна торгівля на національне господарство країни в цілому, розповсюджується, також, і на окремі суб'єкти господарювання.

Відповідно до даних оприлюднених Укрстатом, станом на 2020 рік кількість користувачів мережі Інтернет серед громадян України становила 28,787 млн осіб (65,23% при чисельності населення 44,13 млн осіб) [1,2].

Традиційно вирізняють різні види моделей електронної комерції залежно від основних учасників взаємодії. Проте зараз розглянемо ті, які є менш популярними, проте далеко не менш перспективними.

C2B — це тип бізнес-моделі, коли клієнт надає послугу або продукт бізнесу. Інтернет та соціальні медіа роблять можливою модель C2B, з'єднуючи клієнтів, які можуть запропонувати свої маркетингові послуги компаніям за окупність (Yelp, TripAdvisor). Бізнес-рішення C2B часто використовуються для просування бізнесу на платформи електронної комерції компанії.

Прикладом такої моделі є партнерський (афілійований) маркетинг, який дає можливість дозволяє кінцевим користувачам, досить часто блогерам, інфлюенсерам, видавцям, позичати компанії свої платформи для продажу конкретних продуктів на основі комісійних. До прикладу, харчова компанія може запросити фуд-блогера включити новий продукт компанії до його рецепту. Тоді, коли блогер у своєму рецепті згадає даний продукт і рекомендує готувати з його додаванням, він отримує певний відсоток від продажу.

Модель Business 2 Government, тобто Бізнес-Уряд – відносини між бізнесом та державними установами та державними установами. B2G визначається як модель продажів, коли компанії реалізують продукти, послуги та інформацію урядам або державним установам (наприклад, федеральним, державним або місцевим). Чудовим прикладом згаданої моделі є Accela – компанія з розробки програмного забезпечення, яка надає державні програмні рішення та публічний доступ до державних послуг для надання дозволів, планування, ліцензування, охорони здоров'я; з іншого боку пояснити суть моделі B2G можна за допомогою податків. Одним із способів зрозуміти електронну комерцію B2G є податки.

У іноземних країнах, де декларування доходів і сплата доходних податків є обов'язковим для усіх громадян, існують можливості подавати дану інформацію за допомогою сторонніх компаній, таких як, TurboTax або H&R Block.

На черзі модель Уряд-Уряд. G2G — це будь-яка транзакція електронної комерції даними та/або інформаційними системами, що відбувається між двома

чи більше державними установами, департаментами чи організаціями. Мета G2G – підтримка ініціатив електронного уряду шляхом покращення комунікації, доступу до даних та обміну даними.

Прикладом успішного проекту G2G є Northeast Gang Information System (NEGIS). NEGIS використовується Сполученими Штатами Америки на північному сході для обміну інформацією про вуличні банди, включаючи діяльність, пов'язану з бандами, та розвідку банд.

Відносно новими є такі моделі електронної комерції, як Уряд-Споживач та Споживач-Уряд.

Метою G2C є надання приватним особам єдиного онлайн-доступу до інформації та послуг. Громадяни повинні мати можливість швидко та легко знаходити те, що їм потрібно, і отримати доступ до нього. Взаємодія G2C може дозволити громадянам бути більш поінформованими про державні закони, правила, політику та послуги. Для громадян електронний уряд може запропонувати величезний спектр інформації та послуг, включаючи урядові форми та послуги, інформацію про державну політику, можливості працевлаштування та бізнесу, інформацію про голосування, подання податкових документів, реєстрацію чи продовження ліцензії, сплату штрафів та подання коментарі урядовцям.

Не дивлячись на такий складний та багаторівневий функціонал, уряд України досить успішно використовує дану модель для побудови гармонійних зв'язків між владою та громадянами. Прикладом такої взаємодії виступає всім нам добре відомий портал послуг ДІЯ.

Деякі з прикладів C2G – це поширення інформації, дистанційне навчання, розповсюдження інформації через соціальне забезпечення, електронне подання податків, оплата медичних послуг тощо.

Для того, щоб описати процес обліку діяльності електронної комерції, можна як приклад обрати діяльність інтернет-магазину.

Основним державним документом, який регулює діяльність інтернет-магазину є той ж ЗУ «Про електронну комерцію» №675-19 [5].

Що саме та як продавати у своєму інтернет-магазині кожен суб'єкт визначає самостійно. Проте згідно з державними заборонами та ліцензійними умовами, а також з огляду на те, що інтернет-магазин розуміє під собою торгівлю та доставку товарів покупцям поштою; і правилами надання послуг поштового зв'язку, забороняється реалізувати через інтернет (тютюн, медикаменти, вибухонебезпечні предмети та рідини тощо).

Тож, наступним кроком після визначення асортименту, є процедура безпосереднього створення інтернет-магазину:

1. Реєстрація суб'єкта господарювання (ФОП, юр.особа (ТОВ, ПП) з відповідними КВЕДами)
2. Створення сторінки та заповнення необхідних реквізитів (хостинг, оренда серверу, послуги програмістів та дизайнерів, створення власними силами)
3. Створення алгоритму прийому замовлень
4. Визначення способу оплати
5. Визначення способу доставки

Якщо ми говоримо про створення повноцінного підприємства на загальних підставах, то для організації роботи та відображення в обліку потрібно опиратись на методичні рекомендації та відповідні положення. З позиції П(с)БО 8 «Нематеріальні активи» права на веб-сайт можна розглядати як нематеріальний актив [6]. Такий ж підхід використовується у практиці МСФЗ. Власно створений інтернет-магазин, що є результатом розробки та застосовується для внутрішнього чи зовнішнього доступу, також визнають нематеріальним активом, на який розповсюджується дія МСБО 38 «Нематеріальні активи».

Витрати на розроблення веб-сайту, термін корисного використання якого складає понад 1 рік, відображають на дебеті рахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів».

У тому періоді, коли сайт вводиться в експлуатацію, витрати списуються на дебеті субрахунку 125 «Авторське право та суміжні з ним права». Введення сайту в експлуатацію оформлюють Актом вводу в експлуатацію об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів (форма НА-1). У ньому вказують: термін корисного використання, первісну вартість, дату введення в експлуатацію. Термін корисного використання веб-сайту слід зафіксувати в наказі під час визнання такого об'єкта активом. На підставі Акту типової форми НА-1 в бухгалтерії відкривають на об'єкт Інвентарну картку за типовою формою НА-2. Створений веб-сайт підприємства підлягає амортизації за правилами, які передбачені П(с)БО 8. Для такого виду НА використовуються ті ж методи амортизації, як і для основних засобів. Витрати, пов'язані з обслуговуванням сайту (власноруч чи за допомогою сторонніх організацій), варто відносити до збутових витрат на дебеті 93 рахунку. Якщо ж, наприклад, строк права власності на домен подовжують на строк, який більше за звітний період, цю суму необхідно перенести на рахунок 39 «Витрати майбутніх періодів», та списувати щомісяця або щокварталу. Таким ж чином можна обліковувати послуги хостингу. Надання усіх цих послуг треба підтверджувати відповідними первинними документами (актами).

Таблиця 1

Процес обліку витрат на створення сайту власноруч

№п/п	Зміст операції	Дебет	Кредит
1.	Матеріальні витрати на розробку сайту	154	20,22
2.	Прямі витрати на оплату праці, пов'язану з розробкою сайту	154	661
3.	Відображення ЄСВ на нараховану ЗП	154	651
4.	Оплата домену з ПДВ	371	311
5.	Відображено ПК з ПДВ	641	644
6.	Віднесення витрат на покупку домена до витрат, пов'язаних з розробкою сайту	154	685
7.	Списання суми ПДВ	644	685
8.	Взаємозалік заборгованостей	685	371
9.	Запуск сайту в роботу	125	154
10.	Нарахування амортизації	93	133

Отже, облік ведення електронної торгівлі відрізняється від традиційної моделі тим, що для початку ведення діяльності потрібно мати необхідне

програмне та апаратне забезпечення, налагоджені алгоритми зв'язку з покупцями, методи безготівкового розрахунку та можливості надання необхідного поштового зв'язку для доставки товарів до клієнта. Також для здійснення такої діяльності існують певні обмеження в асортименті продукції, яку можна реалізовувати даним шляхом.

Дивлячись на усі наявні можливості та перспективи України у сфері електронного бізнесу, як безперечний позитив можна виділити можливість легкої реєстрації певних осіб, як суб'єктів господарювання через новітній портал для надання послуг населенню «Дія». За допомогою застосунку, людина може через інтернет зареєструватись як фізична особа-підприємець та почати свою діяльність.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Київ : ДССУ, 1998-2022. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zv/zv_reg/kaI_reg/kaI_reg0119_u.htm (дата звернення 04.05.2022) - Назва з екрана
2. Дослідницький холдинг Factum Group Ukraine. Проникнення Інтернету в Україні. [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу : https://inau.ua/sites/default/files/file/1801/iv_kvartal_2017.pdf (дата звернення 05.05.2022) - Назва з екрана
3. Т.Затонацька, О.Длугопольський, І.Чирак. Н.Котис. Поширення Інтернету та електронної комерції в країнах Європи (моделювання на прикладі Австрії, Польщі та України). Інноваційний маркетинг, 15(1), 66-75. doi:10.21511/im.15(1).2019.064.
4. Васильєв Ю. Ю. Електронна комерція як інструмент просування товарів на ринку побутової техніки / Ю. Ю. Васильєв // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". - 2017. - № 1(2). - С. 29-34.
5. Закон України «Про електронну комерцію»// Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2015. – №675-19.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи" (П(С)БО 8) затверджено наказом Мінфіну від 18.10.1999 № 242.
7. Веб-сайт Інтернет-Асоціації України регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://inau.ua>.
8. Електронна комерція в Україні. Статистика за 2014–2017 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nuigde.biz/uk/blog/elektronnaya-kommerciya-v-ukraine-statistika-za-2015-2016-goda.html>.
9. Онлайн-бізнес та покупці в Україні – від можливостей до викликів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2017/10/18/online-business-ukraine>.