

**Прокопова Олена Миколаївна**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри обліку та оподаткування  
Державний торговельно-економічний університет*

**Prokороva Olena**

*PhD, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation  
State University of Trade and Economics  
ORCID: 0000-0003-0823-0188*

**Кузьменко Олена Петрівна**

*старший викладач кафедри обліку та оподаткування  
Державний торговельно-економічний університет*

**Kuzmenko Olena**

*Senior Lecturer of the Department of Accounting and Taxation  
State University of Trade and Economics  
ORCID: 0000-0002-2417-924X*

**ОБЛІК РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ  
ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ  
ACCOUNTING FOR THE SALE OF GOODS AT E-COMMERCE  
ENTERPRISES**

*Анотація. В статті проаналізовано порядок обліку реалізації товарів, зокрема їх оплати і доставки, на етапі активного збільшення кількості підприємств електронної комерції, діяльність яких актуалізується в контексті діджиталізації господарського простору та економіки загалом. Визначено, що електронна комерція є сучасним*

вектором розвитку бізнесу, побудованого на засадах активного застосування інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій; роль інноваційних інструментів у торгівлі продовжує зростати під впливом глобальних діджитал-трансформацій, тиском з боку карантинних і воєнних обмежень. Такі тенденції зумовлюють потребу у вдосконаленні порядку здійснення бухгалтерського обліку; доведено, що пріоритетним завданням є врахування різних аспектів реалізації розрахункових операцій, оскільки саме їх облік на сьогодні залишається недостатньо доопрацьованим на законодавчому рівні, суперечливим, спричиняє проблеми у торговельних відносинах між господарюючим суб'єктом і споживачем.

Дослідження проблематики здійснювалось завдяки застосуванню методів порівняння, абстракції, аналізу (для порівняння різних аспектів реалізації обліку розрахункових операцій, що залежать від порядку організації інтернет-торгівлі та доставки товару, аналізу практики та законодавчого базису електронної комерції та її обліку в Україні), узагальнення (для отримання висновків, теоретичних і практичних узагальнень про роль і важливість досконалості обліку розрахункових операцій в структурі інтернет-торгівлі).

В ході дослідження було детерміновано сутність підприємств електронної комерції на основі Закону України «Про електронну комерцію», а також поглядів сучасних науковців, проаналізовано типи реалізації інтернет-торгівлі та підходи до взаємодії із споживачем, зокрема форми оплати замовлень і способи їх доставки. Авторами було узагальнено актуальний порядок обліку розрахункових операцій, характерний для сфери електронної комерції, особливості використання реєстраторів розрахункових операцій та важливість вдосконалення облікових процесів, що супроводжують реалізацію товарів у форматі он-лайн.

**Ключові слова:** електронна комерція, розрахункові операції, облік реалізації товарів, бухгалтерський облік, Інтернет-торгівля, споживачі, способи оплати, способи доставки.

**Summary.** The article is devoted to analyze of the procedure for accounting for the sale of goods, including their payment and delivery, at the stage of an active increase in the number of e-commerce enterprises, whose activities are being actualized in the context of digitalization of the economic space and the economy as a whole. It is determined that e-commerce is a modern vector of business development based on the active use of information, communication and digital technologies; the role of innovative tools in trade continues to grow under the influence of global digital transformations, pressure from quarantine and military restrictions. Such trends necessitate an improvement in the accounting procedures; the author proves that the priority task is to take into account various aspects of settlement transactions, since their accounting today remains insufficiently finalized at the legislative level, is controversial, and causes problems in trade relations between a business entity and a consumer.

Comparison, methods of abstraction and analysis (to compare various aspects of the implementation of accounting for settlement transactions that depend on the procedure for organizing online commerce and delivery of goods, analysis of the practice and legal framework of e-commerce and its accounting in Ukraine), generalization (to draw conclusions, theoretical and practical generalizations about the role and importance of perfecting the accounting for settlement transactions in the structure of online commerce) are the research methods which were used in the article.

In this science paper the essence of the essence of e-commerce enterprises on the basis of the Law of Ukraine "On E-Commerce", as well as the views of modern scholars, types of e-commerce implementation and approaches to

*interaction with consumers, including payment and delivery methods were determined. Moreover, the authors analyzed the procedure for accounting for settlement transactions typical for the e-commerce sector, the specifics of using payment transaction recorders, and the importance of improving accounting processes in the studied area of economic activity.*

**Key words:** *e-commerce, settlement operations, accounting of sales of goods, accounting, Internet trade, consumers, method of payment, method of delivery.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Розвиток електронної комерції є характерним трендом сучасності, адже більшість споживачів в умовах загострення кризових явищ схильні до пошуку оптимальних в контексті співвідношення ціни і якості товарів. Сервіс підприємств, що торгують у мережі інтернет, дозволяє покупцеві вивчити не лише характеристики бажаного товару, а і порівняти його вартість із іншими пропозиціями на ринку, обравши оптимальний варіант саме для себе. Додатковим позитивним аспектом виступає зручність, економія часу і гнучкість он-лайн покупок, що було і залишається особливо важливим в контексті глобальної пандемії, пост-пандемічної нестабільності, а також актуальних умовах воєнного стану.

Проблемним аспектом у практиці електронної комерції залишаються процеси і порядок реалізації обліку розрахункових операцій. На сучасному етапі існують такі типи оплати при придбанні товарів: готівковий (за умови самостійного вивезення покупки із складу), розрахунок через кур'єра чи уповноваженого представника служби доставки, а також безготівковий тип розрахунку. Власне, характерним є поширення он-лайн оплати, проте через відсутність досконалої регуляторної бази та ефективного контролю за діяльністю підприємств, зокрема в контексті

легалізації бізнесу, значна частка торгівельних відносин і, як наслідок, розрахунків, залишаються необлікованими або облікованими некоректно. Українська економіка потребує підтримки з боку бізнесу, що фокусує увагу на важливості досягнення високого ступеня прозорості торгівлі; власне тому вивчення, впорядкування обліку продажів та розрахунків із підприємствами електронної комерції, пошук проблемних аспектів і недопрацювань має високу практичну цінність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Основні аспекти практики реалізації обліку розрахункових операцій на підприємствах електронної комерції висвітлено у працях В. Белозерцева [1], Н. Борейко, Ф. Бутинця, Т. Бочулі, Р. Бали, В. Кулик [2], А. Крутова, В. Лакізи [3], С. Легенчука, О. Леги [4], В. Плєскач, Н. Проскуріної [5] та ін. Так, В. Белозерцев досліджує окремі елементи обліку операцій, пов'язаних із реалізацією товарів на підприємствах електронної комерції, зокрема облік витрат на створення та функціонування господарюючої одиниці, а також власне облік реалізації товарів (розрахунку із покупцями), акцентує увагу на недостатній врегульованості процесів на законодавчому рівні [1]. Н. Проскуріна деталізує поняття електронної комерції та особливості обліку торгівельних процесів, що зумовлені специфікою зазначеної форми діяльності; вивчає особливості реалізації оплати за замовлення методами безготівкових перерахунків чи готівкових, через кур'єрські служби, законодавче і нормативне забезпечення. Науковцем визначено, що існує низка проблем, пов'язаних із он-лайн торгівлею та її обліком, що є наслідком невідповідності динаміки вдосконалення облікових процесів темпам розвитку електронної комерції та вимагає «грунтовних роз'яснень, більш детального відображення у державних нормативно-законодавчих актах» [4]. Р. Бала та В. Лакіза вивчають розвиток електронної комерції на міжнародному рівні та трансформації в обліку, які зумовлені даним трендом; науковці аналізують основні аспекти реалізації розрахункових

операцій на основі PayPal, що виступає посередником між продавцем і покупцем, забезпечуючи надійність оплати платіжними картками (зокрема, MasterCard, VISA, American Express та ін.) [3].

Праці вище зазначених науковців детально висвітлюють особливості обліку операцій, пов'язаних із реалізацією товарів підприємствами через мережу Інтернет. Проте, розвиток електронної комерції є стрімким та динамічним, що не завжди враховано у застарілих положеннях обліку та нормативно-правових, методичних документах. Невідповідність динаміки трансформації електронної торгівлі процесам оновлення механізмів, що її регулюють, спричиняє виникнення та загострення проблем в обліковій практиці, ріст тіньової економіки; саме цей аспект вимагає перманентного вивчення задля пошуку методів усунення характерних недоліків.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою роботи є аналіз порядку здійснення обліку реалізації товарів на підприємствах електронної комерції, діяльність яких стрімко розвивається під впливом діджиталізації, мінливості економічної системи, а також запитів споживачів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сутність електронної комерції визначена у законодавчому та науковому просторі. Так, Закон України «Про електронну комерцію» (далі – ЗУ №675) пропонує наступну дефініцію – 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-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру». Суб'єктами електронної комерції є дві сторони:

– одної із них є господарюючий суб'єкт будь-якої організаційно-правової форми, який реалізує товари, виконує роботи або надає послуги

на основі використання мережі Інтернет та із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ);

– іншою є особа, що має намір придбати, замовити або використати певний товар, роботу чи послугу шляхом вчинення електронного правочину [6].

Науковці детермінують електронну комерцію з погляду на різні аспекти такого типу торгівлі. Так, О. Шалева її визначає як «комерційну взаємодію суб'єктів бізнесу з приводу купівлі та продажу товарів/послуг з використанням інформаційних мереж» [7], Ф. Бутинець трактує як «вид дистанційної торгівлі товарами з використанням комп'ютерної та телекомунікаційної техніки» [8]. Визначення А. Маєвської має наступний зміст – це «форма ділових операцій, де сторони взаємодіють через електронні технології, а не в процесі фізичного обміну чи контакту» [9]. Ю. Шкригун визначає електронну комерцію як «вид електронної комерційної діяльності, що реалізується через електронну взаємодію економічних суб'єктів» [10]. Відповідно до положень, розроблених Світовою Організацією Торгівлі (далі – WTO), досліджувана категорія являє собою «виробництво, розподіл, маркетинг, продаж або надання товарів і послуг за допомогою електронних засобів» [11].

Узагальнюючи погляди науковців та світових організацій, положення вітчизняного законодавства можна стверджувати, що електронною є такий тип комерції, що передбачає дистанційну взаємодію між покупцями і продавцями, реалізацію товарів через мережу Інтернет, без використання стаціонарних торгівельних майданчиків, проте із застосуванням різних цифрових інструментів і ІКТ, а також широким вибором можливостей оплати та методів доставки. Облік реалізації товарів/послуг є типовим, проте має певну специфіку.

Виникнення та стрімкий розвиток електронної комерції є результатом глобальної діджиталізації та цифрових трансформацій,

впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ) у життєдіяльність громадян та бізнес-процеси. Важливим в контексті поширення Інтернет-торгівлі став рік початку та загострення пандемії Covid-19, коли кардинальне обмеження соціальної взаємодії та жорсткі вимоги карантину змусили покупця змінити свою поведінку на ринку, купувати бажані товари чи отримувати послуги не виходячи за межі дому. Пост-пандемічна нестабільність також стала важким етапом для бізнесу; структурні зміни на світовому ринку, зниження стійкості підприємств, дестабілізація економічної ситуації на глобальному рівні, зокрема в державах із провідними економіками – це все фактори, що змушували бізнес шукати більш ефективні форми торгівлі і взаємодії із покупцем. Піком кризи стало повномасштабне вторгнення росії на території України на початку 2022 року. Не маючи належного обсягу фінансових резервів та міцного соціально-економічного базису, бізнес з перших днів війни продовжував втрачати споживачів та був змушений шукати доцільні в контексті бойових дій методи підтримки продажів; втрата ринків збуту та дефіцит ресурсів – у сукупності зазначені чинники лише сприяли загостренню кризових явищ у просторі бізнес-процесів. За даними дослідження, проведеного маркетинговою компанією Promodo про роботу української сфери електронної комерції під час повномасштабної війни, інтернет-магазини втратили в середньому 82,7% сеансів, дохід українських онлайн-ритейлерів у середньому впав на 92%. Проте вже через тиждень активність на торгівельних платформах почала відновлюватись, відбувалось незначне, проте стабільне зростання трафіку; з середини березня 2022 року динаміка он-лайн торгівлі змінилася на позитивну, про що свідчило помітне збільшення сесій [12]. Саме сектор електронної комерції активно відновлював свою активність в умовах війни. На зміну шоківому стану українців прийшло усвідомлення потреби у адаптації до умов воєнного стану, що супроводжувалось відновленням логістики та



закінченням активної фази переселення. Окрім того, частка українців, яка змінила місце проживання, зіткнулась із проблемою відсутності у офлайн-магазинах своїх звичних брендів, товарів, що перевело значну кількість покупців у он-лайн простір. З початком війни найбільш затребуваними для споживача категоріями стали товари, що закривають базові потреби: продукти харчування, медикаменти, взуття та одяг, гігієнічні та господарчі товари, товари для тварин.

Отже, електронна комерція, як форма забезпечення збуту та організації комунікації із споживачем у межах цифрового середовища, здатна більш ефективно протистояти факторам, що чинять негативний вплив, характеризується високою гнучкістю процесів і адаптивністю, простотою відображення товарів, можливістю запропонувати більше інформації для споживача, а також відсутністю географічних обмежень, що особливо ціно для покупця і підприємця в умовах війни. Саме он-лайн торгівля в контексті кризових явищ та наслідків війни отримала поштовх для розвитку, адже її основною перевагою в порівнянні із іншими формами продажів є суттєво нижчі витрат, що супроводжують оформлення угоди щодо реалізації товару/послуги та подальше обслуговування такої угоди. Бізнес-процеси, організовані в електронному форматі, мають більш спрощену структуру, за рахунок чого досягається скорочення усіх елементів витрат, зокрема і собівартості товару/послуги, що в кінцевому результаті є позитивним економічним ефектом як для господарюючого суб'єкта, так і для споживача.

Враховуючи відмінності між традиційною формою реалізації товарів та електронною, існують певні особливості з боку організації бухгалтерського обліку. Так, у загальному розумінні (відповідно до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» (далі – ЗУ №365) розрахунковою є операція «приймання від покупця готівкових коштів,

платіжних карток, чеків, жетонів за місцем реалізації товарів (послуг), видача готівкових коштів за повернутий покупцем товар (ненадану послугу), а у разі застосування банківської платіжної картки – оформлення відповідного розрахункового документа щодо оплати в безготівковій формі товару (послуги) банком покупця або, у разі повернення товару (відмови від послуги), оформлення розрахункових документів щодо перерахування коштів у банк покупця» [13]. Дане трактування відображає загальний порядок розрахунку між продавцем і покупцем, що супроводжує продаж товару. ЗУ №675 окреслює особливості оплати товару саме у тому випадку, коли продавцем є суб'єкт електронної комерції; відповідно до ст. 13 розрахунком є операція, що здійснюється із використанням «платіжних інструментів, електронних грошей, шляхом переказу коштів або оплати готівкою з дотриманням вимог законодавства щодо оформлення готівкових та безготівкових розрахунків, а також в інший спосіб, передбачений законодавством України, що регулює надання платіжних послуг» [6]. Даний процес є невід'ємним елементом торгівлі, а тому його регулювання здійснюється на основі типових для комерційної сфери законів, зокрема «Про платіжні послуги», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» тощо.

Операція розрахунку між господарюючим суб'єктом електронної комерції і покупцем може відбуватись у таких формах (різні підходи до відображення в облікових документах та відмінності у кореспонденції рахунків відображено у Табл.1, Табл. 2 та Табл. 3 відповідно):

– готівкові розрахунки (при кур'єрській доставці продавця, сторонньої організації, користуванні послугами поштових відправлень або за умови розрахунку безпосередньо в офісі продавця):

**Типова кореспонденція рахунків реалізації товарів на підприємствах  
електронної комерції (готівкові розрахунки)**

| №   | Зміст господарської операції  | Кореспонденція рахунків |     |
|---|---|-------------------------|-----|
|   |   | Дт                      | Кт  |
| <b>Розрахунок готівкою через кур'єрську службу продавця</b>             |   |                         |     |
| 1.  | Передано замовлення кур'єру підприємства  | 287                     | 281 |
| 2.  | Оприбуткування готівки в касу підприємства  | 301                     | 702 |
| 3.  | Відображення ПЗ з ПДВ   | 702                     | 641 |
| 4.  | Списано собівартість реалізованих товарів   | 902                     | 287 |
| 5.  | Відображено витрати на кур'єрську доставку  | 93                      | 372 |
| 6.  | Нараховано заробітну плату кур'єру та ЄСВ на заробітну плату                        | 93                      | 661 |
|   |   |                         | 651 |
| 8.  | Визначено фінансовий результат  | 702                     | 791 |
|   |   | 791                     | 902 |
|   |   | 791                     | 93  |
| <b>Розрахунок готівкою через сторонню кур'єрську службу</b>             |   |                         |     |
| 1.  | Передано замовлення кур'єрській служб   | 287                     | 281 |
| 2.  | Нараховано витрати за користування послугами кур'єра                                | 93                      | 631 |
| 3.  | Відображення ПК з ПДВ   | 641                     | 631 |
| 4.  | Отримано звіт за кур'єрську доставку товару   | 361                     | 702 |
| 5.  | Відображення ПЗ з ПДВ   | 702                     | 641 |
| 6.  | Оприбутковано оплату за товар   | 311                     | 361 |
| <b>Розрахунок у готівковій чи безготівковій формах в офісі продавця</b> |   |                         |     |
| 1.  | Перераховано оплату за товар в касу або на поточний рахунок господарюючого суб'єкта | 301                     | 702 |
|   |   | 311                     |     |
| 2.  | Відображення ПЗ з ПДВ   | 702                     | 641 |
| 3.  | Списано собівартість реалізованих товарів   | 902                     | 281 |

*Джерело:* складено автором за даними [5; 15]

– безготівкові розрахунки (перекази через банк, зокрема зарахування коштів на поточний рахунок продавця або через службу доставки за умови післяплати, Інтернет-еквайринг):

Таблиця 2

**Типова кореспонденція рахунків реалізації товарів на підприємствах  
електронної комерції (оплата на рахунок, Інтернет-еквайрингова  
передоплата)**

| №   | Зміст господарської операції                                    | Кореспонденція рахунків |            |
|---|---|-------------------------|------------|
|   |   | Дт                      | Кт         |
| Розрахунок за товар на рахунок продавця в банку/Інтернет-еквайрингова передоплата |   |                         |            |
| 1.  | Здійснено передоплату покупцем                                  | 333                     | 681        |
| 2.  | Відображення ПЗ з ПДВ   | 643                     | 641        |
| 3.  | Зараховано гроші на поточний рахунок (за вирахуванням комісії)  | 311                     | 333        |
| 4.  | Відображено комісію за еквайринг (за умови Інтернет-еквайрингу) | 92                      | 333        |
| 5.  | Передано товар перевізникові                                    | 282/1                   | 281        |
| 6.  | Доставлено покупцеві товар                                      | 361                     | 702        |
| 4.  | Списано раніше відображену суму ПЗ з ПДВ                        | 702                     | 643        |
| 5.  | Проведено залік заборгованостей                                 | 681                     | 361        |
| 6.  | Списано собівартість реалізованого товару                       | 902                     | 282/1      |
| 8.  | Сформовано фінансовий результат                                 | 702<br>791              | 791<br>902 |

Джерело: складено автором за даними [5; 15]

– розрахунки із використанням електронних грошей (Webmoney):

Таблиця 3

**Типова кореспонденція рахунків реалізації товарів на підприємствах  
електронної комерції (оплата електронними грошима)**

| №                               | Зміст господарської операції                             | Кореспонденція рахунків |            |
|---------------------------------|--|-------------------------|------------|
|                                 |  | Дт                      | Кт         |
| Розрахунок електронними грошима |  |                         |            |
| 1.                              | Отримано оплату за товар електронними грошима            | 377                     | 702<br>703 |
| 2.                              | Списано собівартість реалізованого товару                | 902                     | 281        |
| 3.                              | Дохід від реалізованого товару                           | 361                     | 702        |
| 4.                              | Відображення ПЗ з ПДВ                                    | 702                     | 641        |
| 5.                              | Проведено залік заборгованостей                          | 685                     | 361        |
| 6.                              | Спасання собівартості отриманих електронних грошей       | 949                     | 685        |
| 7.                              | Отримано на поточний рахунок переведені електронні гроші | 311                     | 377        |

Джерело: складено автором за даними [5]

Більшість розрахунків між підприємствами електронної комерції і покупцями відбувається у безготівковій формі. Так, за даними, опублікованими Національним банком України (за травень-грудень 2022 року), оплата товарів і послуг в мережі Інтернеті за відповідний період становила більше чверті за кількістю від загального обсягу розрахунків громадян (а саме 27,9%, що дорівнює 1 448,7 млн операцій), та займала приблизно шосту частину за сумою (17,9%) від усіх безготівкових операцій із платіжними картками, що становить понад 614,8 млрд грн. Середній чек покупців в мережі Інтернет становив 424 грн (статистика не враховує показників переказів населення з картки на картку) [14].

Такі тенденції пов'язані не лише із зручністю даного типу розрахунків, а із відсутністю необхідності застосування господарюючими суб'єктами реєстраторів розрахункових операцій (далі – РРО). Особливості застосування РРО у діяльності підприємств електронної комерції відображено у ЗУ №365. Досліджуючи потребу у використанні РРО, всі операції щодо отримання оплати за реалізовані товари доцільно розподілити на такі, що здійснюються опісля доставки товару та перед цим процесом (власне, торгівля з відстроченим платежем і із передоплатою). В значній мірі використання РРО залежить саме від типу операції, основні вимоги до підприємств електронної комерції в контексті реєстрації розрахунків узагальнено у Табл. 4.

*Таблиця 4*

**Особливості використання РРО у діяльності підприємств електронної комерції**

| <i>Торгівля із передоплатою</i>         |  |
|---|--|
| Готівковий розрахунок або оплата картою | У разі внесення покупцем передоплати готівкою та/або платіжною картою через POS-термінал в інтернет-магазині застосування РРО/ПРРО є обов'язковим, оскільки такий тип реалізації товару та його облік не відрізняються від торгівлі із стаціонарного майданчику. |
| Інтернет-еквайрингова                   | Застосування РРО та надання касового чека є обов'язковим, що слідує із сутності розрахункової операції, визначеної у ЗУ №365, а  |

|  |   |
|--|---|
| передоплата  | також особливості самої операції – господарюючий суб'єкт попередньо оформлює договір Інтернет-еквайрингу, чим засвідчує те, що прийматиме он-лайн платежі через власний сайт. Щодо особливостей зарахування коштів, то у разі надходження платежу від покупців після робочого дня, у вихідні, святкові дні оформлення операцій, формування фіскального чека здійснюється з урахуванням режиму роботи господарюючого суб'єкта. У разі доставкою поштовою чи кур'єрською службою, необхідним є вкладення у поштове відправлення роздрукованого фіскального чеку, а також, у передбачених законодавством випадках, гарантійних документів на товар.  |
| Передоплата за IBAN-реквізитами                                    | Якщо підприємство електронної комерції надає покупцеві для оплати за товар реквізити поточного рахунку в форматі IBAN, то використання РРО/ПРРО є не обов'язковим.  |
| Оплата на карту продавця   | Така операція є розрахунковою, а тому застосування РРО/ПРРО є обов'язковим, що слідує із положень ЗУ №365.  |
| <i>Торгівля із відстроченням платежу</i>                           |   |
| Передача товару перевізникові та розрахунок покупця з перевізником | На етапі передачі товару перевізникові продавцем розрахункової операції не відбувається, а тому застосування РРО/ПРРО не є обов'язковим. Продавець зобов'язаний додати до поштового відправлення документи на товар (товарний чек, накладну, а в передбачених законодавством випадках гарантійний талон, технічний паспорт або інший документ, що його замінює).<br>На етапі отримання покупцем товару від перевізника виникає розрахункова операція і вже тепер використання РРО/ПРРО є необхідним. Проте є особливість, РРО/ПРРО має застосувати перевізник, який повинен видати фіскальний чек не на товар, а на суму післяплати, яку необхідно перерахувати продавцеві (із врахуванням комісії, за умови її існування), а також на послуги доставки товару. Отже, за умови реалізації товарів виключно на основі післяплати та доставки таких товарів посередниками (поштою або службами кур'єрської доставки) застосування РРО підприємством електронної комерції не є обов'язковим. |
| Перерахування коштів перевізником продавцеві                       | Розрахунки за товар здійснюються між перевізником та продавцем згідно з договором між ними на основі вище узагальнених основ: якщо перевізник перераховує кошти продавцеві на поточний рахунок, РРО/ПРРО не застосовується, в іншому випадку продавець зобов'язаний видати фіскальний чек на товар покупцю.   |

*Джерело:* складено автором за даними [13; 16].

Узагальнюючі вище окреслену інформацію можна стверджувати, що найбільш безпечним для обох сторін торгівельних відносин та врегульованим на законодавчому рівні методом розрахунків між покупцем і підприємством електронної комерції є оплата на поточний рахунок за IBAN-реквізитами. На сьогодні характерним є уникнення продавцями використання РРО незалежно від методів оплати і типу доставки товару,

великою є кількість платежів на картку продавця, що у більшості випадків не лише не обліковується, а є незаконною формою організації торгівлі. В умовах кризових явищ функціонування бізнес-сектору є особливо важливою умовою врівноваження економічних процесів, мінімізації нестабільностей, підтримки державної економіки. Власне тому, легалізація діяльності підприємств електронної комерції є пріоритетною ціллю, облік розрахункових операції дозволить спрямувати до бюджету додаткові надходження у вигляді податкових платежів та зміцнити фінансову стійкість держави.

### **Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.**

В ході написання наукової роботи було визначено, що електронною є такий тип комерційної діяльності, що передбачає дистанційну взаємодію між покупцями і продавцями, реалізацію товарів через мережу Інтернет, без використання стаціонарних торговельних майданчиків, проте із застосуванням різних цифрових інструментів і ІКТ, а також широким вибором можливостей оплати та різних методів доставки. Доведено, що сфера є перспективною, гнучкою і адаптивною до викликів пост-пандемічної нестабільності та умов воєнного стану. Важливим аспектом є облік операцій, що супроводжують реалізацію товару та відбуваються між суб'єктами торговельних відносин. Кореспонденція рахунків може різнитись в залежності від форми оплати (готівкової, безготівкової, оплати через кур'єрські служби і сервіси доставки, перевізників), а також способів доставки (кур'єрськими службами продавця, сторонніми кур'єрськими організаціями, безпосереднього вивозу із складу продавця).

Проблемним аспектом залишається недостатня впорядкованість обліку розрахунків, високий рівень оплати товарів на картку продавця або готівкою без відповідного відображення операцій в облікових і податкових документах; перспективним є проведення додаткових роз'яснень щодо введення бухгалтерського обліку підприємствами електронної комерції та

використання ними РРО/ПРРО під час війни задля уникнення зростання рівня тінізації бізнесу.

### Література

1. Белозерцев В. С., Гарькавий М. Г. Облік та аналіз реалізації товарів на підприємстві електронної комерції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 23. С. 40–43. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2018.23.40>
2. Кулик В. А. Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу : монографія. Полтава: ПУЕТ, 2017. 344 с.
3. Лакіза В. В., Бала Р. Д. Особливості застосування електронної торгівлі суб'єктами господарювання в умовах міжнародної економічної діяльності. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8315> (дата звернення: 13.06.2023). doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.53>
4. Лега О. В. Інтернет-торгівля: облік та оподаткування. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 43. С. 161–166.
5. Проскуріна Н., Конєва А. Електронна комерція: особливості системи бухгалтерського обліку. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 34. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-95>
6. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 №675-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. №45. С. 2344. Ст. 410.
7. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2011. 216 с.
8. Бутенець Ф. Ф. Бухгалтерський облік в торгівлі: підручник. Житомир: ПП «Рута», 2002. 576 с.
9. Маєвська А. Електронна комерція і право: навчально-методичний посібник. Харків, 2010. 256 с.
10. Шкригун Ю. О. «Електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля»: відмінності й особливості. *Управління*



- економікою: теорія і практика. 2020. №12. С. 312–325. URL: <http://www.chumachenko-readings.org/download/2020/20-Shkrygun.pdf> (дата звернення: 13.06.2023)
11. Yasmin I. E-commerce in the World Trade Organization: History and latest developments in the negotiations under the Joint Statement. Geneva, Switzerland, 2020. 29 p.
12. Як змінився український eCommerce за місяць війни // Маркетингова компанія «Promodo», 2023. URL: <https://www.promodo.ua/blog/yak-zminivsia-ukrayinskiy-ecommerce-za-misyac-viyni> (дата звернення: 13.06.2023).
13. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995 №265/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. №28. Ст. 205
14. Розподіл безготівкових операцій з використанням платіжних карток за травень-грудень 2022 року // Національний банк України, 2023. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rozpodil-bezgotivkovih-operatsiy-z-vikoristanniam-platijnih-kartok-2022-rik> (дата звернення: 13.06.2023).
15. Солошенко Л. Інтернет-еквайрингова оплата: як облікувати? Податки&Бухоблік. 2023. №41. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2023/may/issue-41/article-125066.html> (дата звернення: 13.06.2023).
16. Хмелевський І. РРО/ПРРО при Інтернет-торгівлі. Податки&Бухоблік. 2023. №41. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2023/may/issue-41/article-125074.html> (дата звернення: 13.06.2023).

## References

1. Belozertsev, V., Garkavy, M. (2018). Oblik ta analiz realizatsii tovariv na pidpriemstvi elektronnoi komertsii [Account and the analysis of

- realization of goods at the enterprise of electronic commerce]. *Investytsiyyi: praktyka ta dosvid*, vol. 23, pp. 40–43. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2018.23.40>.
2. Kulyk, V. A. (2017). Rozvytok bukhhaltenskoho obliku na pidpryiemstvakh elektronnoho biznesu [Development of accounting at e-business enterprises]. Poltava: PUET.
  3. Lakiza, V., Bala, R. (2020). Osoblyvosti zastosuvannya elektronnoi torhivli subiektamy hospodariuvannya v umovakh mizhnarodnoi ekonomichnoi diialnosti [Peculiarities of usage of electronic commerce by business entities in conditions of international economic activity]. *Efektivna ekonomika*, [Online] vol. 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8315> (Accessed 13 Jun 2023). doi: [https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.53\\_40](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.53_40).
  4. Leha, O. V. (2019). Internet-torhivlia: oblik ta opodatkuvannya [E-commerce: accounting and taxation]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, vol. 43, pp. 161–166.
  5. Proskurina, N., Konieva, A. (2021). Elektronna komertsiiia: osoblyvosti systemy bukhhaltenskoho obliku [E-commerce: features of the accounting system]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 34. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-95>.
  6. Law of Ukraine on electronic commerce. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*. 2015, №45, pp. 2344, art. 410.
  7. Shaleva, O. I. (2011). Elektronna komertsiiia [E-commerce]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury.
  8. Butenets, F. F. (2002). Bukhhaltenskyi oblik v torhivli [Accounting in trade]. Zhytomyr: PP "Ruta".
  9. Maievska, A. (2010). Elektronna komertsiiia i pravo [E-commerce and law]. Kharkiv.

10. Shkryhun, Yu. O. (2020). «Elektronnyi biznes», «elektronna komertsiiia» ta «elektronna torhivlia»: vidminnosti y osoblyvosti [“E-business”, “e-commerce” and “e-trading”: differences and features]. *Upravlinnia ekonomikoiu: teoriia i praktyka*, vol. 12, pp. 312–325. URL: <http://www.chumachenko-readings.org/download/2020/20-Shkrygun.pdf> (Accessed 13 Jun 2023).
11. Yasmin, I. (2020). E-commerce in the World Trade Organization: History and latest developments in the negotiations under the Joint Statement. Geneva, Switzerland.
12. Iak zminyvsia ukrainskyi eCommerce za misiats viiny [How Ukrainian eCommerce has changed in a month of war] / Marketing company “Promodo”. URL: <https://www.promodo.ua/blog/yak-zminivsyaukrayinskiy-ecommerce-za-misyac-viyni> (Accessed 13 Jun 2023).
13. Law of Ukraine on the use of payment transaction registers in the field of trade, catering and services. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*. 1995, №28, art. 205.
14. The National Bank of Ukraine (2023). Rozpodil bezghotivkovykh operatsii z vykorystanniam platizhnykh kartok za traven-hruden 2022 roku [Distribution of non-cash transactions using payment cards for May-December 2022]. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rozpodil-bezgotivkovih-operatsiy-z-vikoristannyam-platijnih-kartok-2022-rik> (Accessed 13 Jun 2023).
15. Soloshenko, L. (2023). Internet-ekvairynhova oplata: yak oblikuvaty? [Internet acquiring payment: how to account for it?] *Podatky&Bukhoblik*, vol. 41. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2023/may/issue-41/article-125066.html> (Accessed 13 Jun 2023).
16. Khmelevskiy, I. (2023). RRO/PRRO pry Internet-torhivli [RRO/PTRO in Internet commerce]. *Podatky&Bukhoblik*, vol. 41. URL:

*International Scientific Journal “Internauka”. Series: “Economic Sciences”*  
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-6>

<https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2023/may/issue-41/article-125074.html>

(Accessed 13 Jun 2023).

*International Scientific Journal “Internauka”. Series: “Economic Sciences”*  
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-6>