

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У СПОЖИВЧОМУ СЕКТОРІ

© 2016 КОВАЛЬ В. В., ДРОЗДОВА О. Г.

УДК 657351:004

Коваль В. В., Дроздова О. Г.

Державне регулювання та обліково-аналітичне забезпечення розвитку електронної комерції у споживчому секторі

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних засад державного регулювання та обліково-аналітичного забезпечення розвитку електронної комерції у споживчому секторі. Розглянуто особливості державного регулювання та обліково-аналітичного забезпечення розвитку електронної комерції у споживчому секторі. Досліджено міжнародний і вітчизняний досвід нормативно-правового забезпечення електронної комерції. Систематизовано напрями вирішення проблем розвитку електронної комерції в Україні, які ґрунтуються на необхідності мінімізації прямого регулювання з удосконаленням інституціонального середовища для поліпшення умов ведення бізнесу, в тому числі у частині фіскального режиму та спрощення митно-тарифного регулювання. Державне регулювання електронної комерції має конструктивно сприяти розвитку підприємництва, в тому числі і за рахунок вирішення проблеми фінансового контролю електронних транзакцій та підтримки платіжної інфраструктури електронної комерції на споживчому ринку на основі відповідного її обліково-аналітичного забезпечення. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є вироблення чіткої та гармонізованої з міжнародними стандартами державної політики у сфері регулювання електронної комерції на споживчому ринку на основі відповідного її обліково-аналітичного забезпечення, оскільки поява нових об'єктів і форм господарської діяльності ставить нові завдання для бухгалтерського обліку, що розвивається паралельно з такими змінами та формує інформацію для управління як на мікро-, так і макрорівні.

Ключові слова: державне регулювання, обліково-аналітичне забезпечення, електронна комерція, споживчий сектор.

Рис.: 1. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 19.

Коваль Віктор Васильович – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри прикладної економіки, Одеський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (вул. 25 Чапаєвської дивізії, 6, Одеса, 65070, Україна)

E-mail: victor-koval@ukr.net

Дроздова Олена Геннадіївна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку і оподаткування, Одеський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (вул. 25 Чапаєвської дивізії, 6, Одеса, 65070, Україна)

E-mail: lena_drozdova@ukr.net

УДК 657351:004

UDC 657351:004

Коваль В. В., Дроздова О. Г. Государственное регулирование и учетно-аналитическое обеспечение развития электронной коммерции в потребительском секторе

Koval V. V., Drozdova O. H. The State Regulation and Accounting and Analytical Support of the Development of E-Commerce in the Consumer Sector

Целью статьи является обоснование теоретико-методологических принципов государственного регулирования и учетно-аналитического обеспечения развития электронной коммерции в потребительском секторе. Рассмотрены особенности государственного регулирования и учетно-аналитического обеспечения развития электронной коммерции в потребительском секторе. Исследован международный и отечественный опыт нормативно-правового обеспечения электронной коммерции. Систематизированы направления решения проблем развития электронной коммерции в Украине, базирующиеся на необходимости минимизации прямого регулирования с усовершенствованием институциональной среды для улучшения условий ведения бизнеса, в том числе в части фискального режима и упрощения таможенно-тарифного регулирования. Государственное регулирование электронной коммерции должно конструктивно содействовать развитию предпринимательства, в том числе и за счет решения проблемы финансового контроля электронных транзакций и поддержки платежной инфраструктуры электронной коммерции на потребительском рынке на основе соответствующего ее учетно-аналитического обеспечения. Перспективами последующих исследований в данном направлении является определение четкой и гармонизированной с международными стандартами государственной политики в сфере регуляции электронной коммерции на потребительском рынке на основе соответствующего ее учетно-аналитического обеспечения, поскольку появление новых объектов и форм хозяйственной деятельности ставит новые задания для бух-

The aim of the article is to study the theoretical and methodological principles of the state regulation and accounting and analytical support of the development of e-commerce in the consumer sector. The peculiarities of the state regulation and accounting and analytical support of the development of e-commerce in the consumer sector have been considered. The international and domestic experience in the field of regulatory support of e-commerce is studied. There systematized the ways of solving the problems of e-commerce in Ukraine based on the need to minimize the direct regulation with the perfection of the institutional environment to improve business conditions including the issues of the fiscal regime and simplification of the customs tariff regulation. The state regulation of e-commerce should constructively contribute to the development of entrepreneurship among other measures by solving the problem of financial control of electronic transactions and supporting the payment infrastructure of e-commerce in the consumer market on the basis of its corresponding accounting and analytical support. Prospects of further research in this direction are definition of a clear and harmonized with international standards state policy in the sphere of regulation of e-commerce in the consumer market on the basis of the relevant accounting and analytical support, since the appearance of new objects and forms of economic activity sets new tasks for the accounting, which develops in parallel with these changes and generates information for managing at both the micro and macro level.

Keywords: state regulation, accounting and analytical support, e-commerce, consumer sector.

галтерського учета, которий развивается параллельно с такими изменениями и формирует информацию для управления как на микро-, так и макроуровне.

Ключевые слова: государственное регулирование, учетно-аналитическое обеспечение, электронная коммерция, потребительский сектор.

Рис.: 1. **Табл.:** 3. **Библ.:** 19.

Коваль Виктор Васильевич – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой прикладной экономики, Одесский торгово-экономический институт Киевского национального торгово-экономического университета (ул. 25 Чапаевской дивизии, 6, Одесса, 65070, Украина)

E-mail: victor-koval@ukr.net

Дроздова Елена Геннадиевна – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой учета и налогообложения, Одесский торгово-экономический институт Киевского национального торгово-экономического университета (ул. 25 Чапаевской дивизии, 6, Одесса, 65070, Украина)

E-mail: lena_drozdova@ukr.net

Fig.: 1. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 19.

Koval Viktor V. – Doctor of Science (Economics), Associate Professor, Head of the Department, Department of Applied Economics, Odessa Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics (6 25 Chapayvskoi Dyvizii Str., Odesa, 65070, Ukraine)

E-mail: victor-koval@ukr.net

Drozdova Olena H. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of the Department, Department of Accounting and Taxation, Odessa Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics (6 25 Chapayvskoi Dyvizii Str., Odesa, 65070, Ukraine)

E-mail: lena_drozdova@ukr.net

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Функціонування електронної комерції зумовлено процесом глобалізації, науково-технічним прогресом, пріоритетністю нових факторів виробництва. Розвиток електронної комерції в Україні має розглядатися комплексно як з міжнародними тенденціями, так і регуляторною важливістю держави у визначеності законодавчого поля функціонування електронної комерції для нівелізації "тіньових" операцій у споживчому секторі (B2C).

В умовах зміни торгових векторів України з іншими країнами та переорієнтацію на ринки Євросоюзу саме електронна комерція виступає одним з механізмів підтримки традиційних каналів руху товарів, що забезпечує щорічно до 35 % зростання онлайн-продаж у вітчизняному споживчому секторі.

Проте, вивчаючи становлення та перспективи розвитку електронної комерції України у глобальному середовищі, О. В. Кот і Д. С. Антоненко зазначають, що порівняно з провідними країнами світу формування засад електронної комерції в Україні відбувалося з певною затримкою, що обумовлено рядом факторів: невідповідність матеріально-технічного забезпечення, недостатня поінформованість, невідповідне ставлення та регулювання державою цієї галузі, а також високий ступінь розбіжності державного законодавства зі світовими стандартами [8, с. 31].

Однак прийняття у 2015 р. Закону України "Про електронну комерцію" [2] визначає правила для учасників і вимагає їх виконання. Розглянемо підходи спеціалістів різних напрямів до зазначеного Закону з метою виявлення наявних проблем, які цей Закон вирішує, зокрема в частині бухгалтерського обліку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості електронної комерції висвітлювалися у працях економістів і юристів, зокрема правове забезпечення електронної комерції вивчали О. Воробйова [6], В. Резнікова [15]; міжнародно-правовий досвід оподаткування електронної комерції розглянуто у працях І. Белік [1]; тенденції розвитку електронної комерції в Україні та світі досліджують

О. Кот, Д. Антоненко [8], С. Маловичко [11; 12], О. Мельничук [13], С. Пиріг [14]. Питання бухгалтерського обліку електронної комерції та торгівлі вивчали Т. Бочуля [3; 4], А. Крутова [9], С. Легенчук та Н. Королюк [10].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість публікацій, їх наукове та практичне значення, низка питань стосовно державного регулювання та обліково-аналітичного забезпечення електронної комерції вимагає уточнення й нових підходів. Зокрема, потребують подальшого дослідження та удосконалення механізми регулювання електронної комерції у споживчому секторі.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних засад державного регулювання та обліково-аналітичного забезпечення розвитку електронної комерції у споживчому секторі.

Виклад основних результатів і їх обґрунтування. Еволюція електронного ринку пов'язана з поширенням мережі Інтернет. Досліджуючи ринок електронної комерції в Україні, С. О. Пиріг зазначає, що саме новий вид економічної діяльності – електронного бізнесу став можливим завдяки розвитку інтернет-технологій, що дозволяють раціоналізувати ділові процеси, підвищити їх продуктивність і ефективність [14, с. 166]. Користувачів мережі Інтернет у світі за регіонами зображено на рис. 1.

Детальний аналіз щодо користувачів Інтернету та статистики населення наведено в табл. 1.

Таким чином, протягом зазначеного періоду найбільша частка інтернет-користувачів спостерігається в Азії (49,6 %), а за рівнем поширення Інтернету лідирує Північна Америка (89,0 %), в свою чергу в Україні він складає майже 60 % [17]. Проте на сьогодні оцінити стан розвитку вітчизняної електронної торгівлі досить складно з причини використання переважно базових індикаторів використання мережі Інтернет (користувачі чи поширення Інтернету) із подальшою необхідністю систематично вимірювати електронні транзакції (не тільки товарів, а й послуг) та не повного охоплення всього переліку підприємств, які займаються електронною комерцією (через приховування

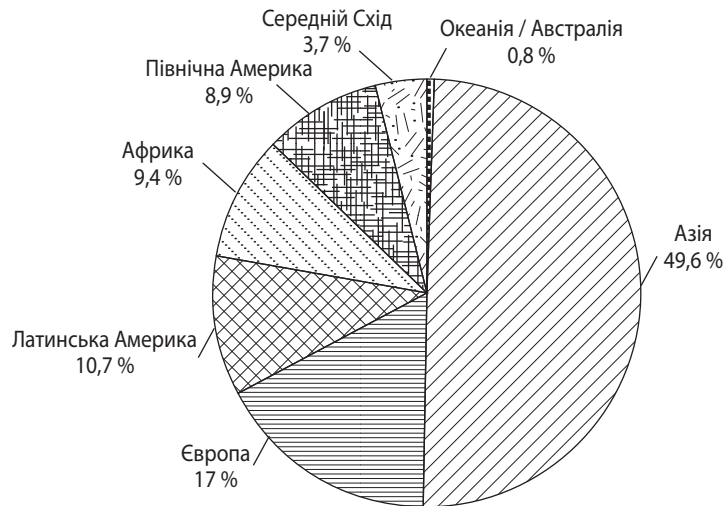


Рис. 1. Користувачі мережі Інтернет у світі за регіонами станом на червень 2016 р. [18]

Таблиця 1

Користувачі Інтернету у світі та статистика населення станом на червень 2016 р.

Регіон	Населення (2016)	Інтернет-користувачі (30.06.2016)	Поширення (% населення)	Зростання 2000–2016
Африка	1,185,529,578	339,283,342	28,6 %	7,415.6 %
Азія	4,052,652,889	1,792,163,654	44,2 %	1,467.9 %
Європа	832,073,224	614,979,903	73,9 %	485.2 %
Латинська Америка	626,054,392	384,751,302	61,5 %	2,029.4 %
Середній Схід	246,700,900	132,589,765	53,7 %	3,936.5 %
Північна Америка	359,492,293	320,067,193	89,0 %	196.1 %
Океанія / Австралія	37,590,704	27,540,654	73,3 %	261.4 %
Загалом	7,340,093,380	3,611,375,813	49,2 %	900.4 %

Джерело: [18]

реальних даних щодо своєї діяльності) [11, с. 72]. Останнє стосується також і небанківських організацій, які виступають емітентами електронних грошей (WebMoney, Bitcoin), та операцій з їх використанням, що регулюється Законом України «Про платіжні системи та переказ коштів» від 05.04.2001 № 2346-III [1], потребує удосконалення механізм державного регулювання діяльності електронних платіжних систем для стимулювання використання інформаційних технологій з метою підвищення конкурентоздатності підприємств торгівлі.

Однак важливо зазначити тенденцію останніх років зменшення ланцюгів руху товарів у системі електронної ко-

мерції, що сприяло зростанню її обсягів з одночасним зменшенням обсягів традиційної торгівлі, що в світовій практиці пояснюється змінами у функціонуванні та інституціональній адаптації суб'єктів електронної комерції (табл. 2).

Проте в Україні через недосконалість законодавчого регулювання та невідповідність прийняття по часу, відповідно до вимог бізнесу та суспільства, законодавства про електронну комерцію не відбулось зростання офіційно зареєстрованих підприємств, які надають операції електронної торгівлі в споживчому секторі. Це також залежить від напрямів регуляторної політики держави та характеру “зовнішньої” (обумовлену законодавством) інституціональної

Таблиця 2

Обсяг електронної торгівлі в споживчому секторі (B2C) за 2013–2016 рр.

	2013 рік	Зміна, %	2014 рік	Зміна, %	2015 рік	Зміна, %	2016 рік	Зміна, %
Обсяг електронної торгівлі								
Європа, млрд євро	353,8	22	402	13,6	455,3	13,3	509,9	11,9
Євросоюз (EU28), млрд євро	319,7	14,6	359,1	12,32	407,4	13,45	455,5	11,81
Україна, млрд євро	0,660	48,0	0,784	18,7	1,058	35,0	1,43	35,0

Джерело: сформовано авторами на основі [17]

адаптації суб'єктів електронної комерції, які на її основі визначають власну стратегію розвитку з можливістю подолання інституціональних та адміністративних бар'єрів, наприклад, зниження трансакційних витрат і їх нелегальної мінімізації. Оскільки трансакційні витрати, як для держави, так і учасників електронної торгівлі, в умовах непрозорості товарно-грошових потоків зростають.

У свою чергу, адаптація до внутрішнього інституціонального середовища спрямована на моделювання поведінки суб'єкта економічної діяльності в сучасних умовах. Особливості діяльності таких суб'єктів господарювання відображаються в обліковій політиці підприємства та впливають на організацію бухгалтерського обліку, зокрема необхідним є висвітлення питань:

1. Спосіб доставки товару до споживача, що, відповідно, формує різні витрати та вимагає моделювання оптимального логістичного ланцюга з метою мінімізації дорожньо-транспортних витрат [7, с. 38].

Крім того, покупець самостійно приймає рішення щодо ланцюга постачання, оскільки може як придбати товар напряму від продавця, так і через посередника. Організація прямого контакту з виробником для сторін є найбільш прийнятним варіантом, оскільки це надає можливість управляти активом – клієнтська лояльність, яка має реальне грошове вираження через встановлення довірливих відносин з продавцем [4, с. 24].

2. Ідентифікація веб-сайту як активу (нематеріального активу) з відповідною амортизацією. Створення сайту передбачає витрати не лише на розробку, але й супровід обслуговування, існування доменного імені тощо [7, с. 38].

Однак ідентифікація інтернет-магазину в обліку залежить від способу створення сайту:

- власне суб'єктом: на підставі трудового договору без передачі майнових прав або з передачею майнових прав, що визначає відображення в обліку у складі витрат майбутніх періодів або нематеріального активу відповідно;
 - розробка сайту сторонньою організацією. Якщо договором передбачено передачу виняткових майнових прав, то сайт визначається нематеріальним активом;
 - право на використання сайту згідно з договором про надання послуг користування сайтом. Передбачає плату власнику сайту за користування (витрати періоду) та роялті, коли договірні відносини оформлені через ліцензійний договір [5, с. 190].
3. Розрахунки покупців – готівкові та безготівкові, можливість передплати та придбання товару в кредит [7, с. 38].
 4. Повернення товару через: брак, невідповідність очікуванням, невчасну доставку, зміну думки споживача [7, с. 38].

У Європейському Союзі сформувалася специфічна модель міжнародно-правового регулювання електронної комерції, за якої одночасно діє міжнародне право, наднаціональне право, а також національне право. При цьому норми наднаціонального права, що стосуються електронної

комерції, не повинні перебувати в суперечності з нормами міжнародного права [6, с. 274].

Електронна комерція є досить новим явищем на вітчизняному ринку, її активне поширення свідчить про заінтересованість учасників, однак відсутність єдиного підходу вносить плутанину та перешкоджає подальшому розвитку. Прийняття Закону України «Про електронну комерцію», вочевидь, вирішує ряд наявних на практиці проблем і є фундаментальним забезпеченням діяльності всіх учасників в основних таких напрямках:

1. *Сутність базових понять: «електронна комерція», «електронна торгівля» та ін., що дозволить уникнути термінологічної плутанини, визначить склад учасників, їх права та обов'язки.*

Про необхідність визначення основних понять електронної комерції наголошують науковці та практики. Вивчаючи ці питання, а також перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні, В. Резнікова також вказує на те, що серед науковців підходи до визначення поняття «електронна комерція» різняться, а також розглядає співвідношення термінів «електронна комерція» та «електронна торгівля» [15, с. 59–60].

Сутність зазначених понять розкривається у Законі України «Про електронну комерцію», визначаючи «електронну комерцію» як «відносини...», внаслідок яких в учасників виникають права та обов'язки майнового характеру, в той час як електронна торгівля – це господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [2, ст. 3, п. 1.1, п. 1.2]. Таким чином, визначено сутність і виявлено основні відмінності між базовими поняттями.

2. *Бухгалтерський облік процесу електронної комерції.*

Висвітлюючи питання бухгалтерського обліку процесу електронної комерції, С. Ф. Легенчук та Н. М. Королюк зазначають невирішені проблеми, серед яких – документування операцій в електронній комерції [10], А. С. Крутова вказує на важливість організації документообігу підприємств електронної торгівлі, а феномен електронного документа слід розглядати як носія інформації, електронного повідомлення та доказу [9, с. 21].

В зазначеному Законі, окрім загального порядку електронних правочинів, для бухгалтерського обліку важливим стало висвітлення питань порядку укладення електронного договору, підпис у сфері електронної комерції, розрахунки у сфері електронної комерції, зберігання електронних документів [2, ст. 11–13, 15].

3. *Оподаткування електронної комерції.*

Вивчаючи міжнародно-правовий досвід оподаткування електронної комерції, І. Б. Белік зазначає, що у рамках проблеми оподаткування електронної комерції на міжнародному рівні обговорюється ряд питань, в тому числі адміністративного регулювання, які застосовні до електронної комерції (зокрема питання валютного й митного законодавства) [1, с. 49–50]. Наголошується, що вирішення таких проблем можливо лише через гармонізацію податкових відносин, завдяки співпраці податкових орга-

нів з суб'єктами господарювання. Це сприятиме розвитку електронної комерції, запобігатиме неправомірному використанню електронних мереж і забезпечить додаткові надходження до бюджету [1, с. 53].

Проте варто виокремити інституціональні складнощі при оподаткуванні електронної комерції, що потребує адаптивних регуляторних заходів з боку держави: складність адресної (фізичної) ідентифікації інтернет-магазинів чи їх представництв через можливість їх реєстрації не в Україні; анонімність одержувачів електронних торгових операцій та ін.

На думку С. В. Маловичко, серед рекомендації стосовно стимулювання розвитку електронної комерції в Україні зазначаються: удосконалення правового регулювання, в тому числі інтеграції у світове правове поле, інформатизація суспільства, підтримка та контроль за безпекою обміну даними, а також спрощення оподаткування суб'єктів господарської діяльності [12, с. 295].

Крім того, системними напрямками розвитку електронної комерції виступає мінімізація прямого регулювання з удосконаленням інституціонального середовища для поліпшення умов ведення бізнесу, в тому числі у частині фіскального режиму, та спрощення митно-тарифного регулювання.

Вважаємо, що в цьому напрямі необхідно розглянути варіант податкових канікул для нових суб'єктів електронної комерції. Зокрема, діяльність інтернет-магазинів підлягає оподаткуванню, однак створення та забезпечення роботи такого магазину на перших етапах є досить ризикованим, що залежить від ряду факторів: правильності обрання товару та цільової аудиторії, політики ціноутворення, створення сайту, пошуку постачальників, залучення клієнтів тощо. Тому впровадження податкових канікул на перших етапах діяльності інтернет-магазинів сприятиме розвитку їх бізнесу, а в подальшому – забезпечить сплату податків.

Однак при розгляді питання податкових преференцій варто виокремлювати суб'єктів електронної комерції, яким вони будуть надаватись, оскільки такими пільгами

будуть користуватися більш конкурентні нерезиденти для просування товарів виробництва своєї країни.

Проте залишаються не до кінця вирішеними такі аспекти, як захист прав споживачів у сфері електронної комерції, що лише визначається Законом України «Про захист прав споживачів» (ст. 2 Закону України «Про електронну комерцію» [2]), а також контроль, у тому числі і фінансовий, з боку державних органів влади при укладанні електронних контрактів, захисті інтелектуальної власності й персональних даних споживачів, але не менш важливим питанням є регулювання конкуренції у сфері електронної комерції щодо кіберсквоттінгу (несумлінна реєстрація і використання розповсюджених доменних імен), що дозволяє реалізовувати фальсифікат або контрабандні товари.

Тому існуюча правова ситуація у вітчизняній сфері електронної комерції не відповідає вимогам світової практики проведення та регулювання електронних транзакцій у споживчому секторі через можливе ухилення інтернет-магазину від виконання своїх обов'язків, у випадку необхідності одержання компенсацій споживачами, шляхом приховування фактичної адреси чи проведення взаєморозрахунків з іншими учасниками платіжних операцій (логістичні компанії, торговельні площадки) [19].

З урахуванням окресленого, державне регулювання електронної комерції має конструктивно сприяти розвитку підприємництва, в тому числі і за рахунок вирішення проблеми фінансового контролю електронних транзакцій та підтримки платіжної інфраструктури електронної комерції на споживчому ринку на основі відповідного її обліково-аналітичного забезпечення, оскільки поява нових об'єктів і форм господарської діяльності ставить нові завдання для бухгалтерського обліку, що розвивається паралельно з такими змінами та формує інформацію для управління.

Питання відображення у бухгалтерському обліку електронної комерції досліджувалося науковцями протягом останнього часу, а головним фактором, що сприяє його розвитку, стало прийняття Закону України «Про електронну комерцію» [2], основні переваги якого систематизовано в табл. 3.

Таблиця 3

Аналіз положень Закону України «Про електронну комерцію»

№ з/п	Питання, що потребувало вирішення	Приклади	Напрями для вдосконалення
1	Термінологічна визначеність та однозначність	Поява нових термінів та єдиний підхід до існуючих («електронний правочин», «електронний договір», «електронна торгівля», «електронна комерція» і т. д.) (розд. I, ст. 3)	-
2	Регламентовано права та обов'язки сторін електронного правочину	Продавець: надати інформацію відносно себе та товару, забезпечити відповідність предмета електронного договору та ін. (Розділ II, ст. 7). Правовий статус покупця: визначаються ЗУ «Про захист прав споживачів» (розд. II, ст. 8)	Ідентифікація особи виключно за допомогою електронного підпису не є ідеальним механізмом ідентифікації
3	Укладення електронного договору	Визначено учасники та особливості укладення електронного договору (розд. III, ст. 11)	-
4	Захист персональних даних у сфері електронної комерції	Зобов'язання щодо захисту персональних даних, що стали відомі з електронних документів (повідомлень) під час вчинення електронних правочинів (ЗУ «Про захист персональних даних») (розд. III, ст. 14)	-

Джерело: сформовано авторами на основі [16]

Прийняття Закону України «Про електронну комерцію» є важливим кроком для інтеграції українського ринку у світовий інформаційний простір, однак науковці виділяють такі завдання, що сприятимуть розвитку е-комерції в Україні, зокрема: затвердження Інформаційного кодексу України, створення національної інформаційної інфраструктури, запровадження е-урядування, фінансування проєктів щодо систем електронної комерції та ін. [13, с. 67–68].

Нормативно-правове регулювання електронної комерції в споживчому секторі потребує подальшого реформування, оскільки відбувається зростання електронної комерції на нових комерційних платформах, таких як мобільний електронний бізнес, інтернет-аукціони (наприклад, державний аукціон SETAM) і торговельні площадки у соціальних мережах.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Активне зростання обсягу електронних транзакцій у споживчому секторі природно вимагало трансформації необхідного рівня державного регулювання електронної комерції, що пов'язано, в першу чергу, із удосконаленням нормативної практики договірних відносин між підприємствами та споживачами, зумовленої прийняттям 3-аконом України «Про електронну комерцію» як фундаменту правового забезпечення. Ряд питань, що потребували вирішення в теорії та практиці, висвітлено в тексті Закону, а саме щодо термінологічної визначеності та однозначності, регламентування прав та обов'язків сторін електронного правочину, порядку укладення електронного договору та питань щодо захисту персональних даних. Дані впровадження впливають на бухгалтерський облік процесу електронної комерції, зокрема висвітлення питань щодо порядку укладення електронного договору, підпис у сфері електронної комерції, розрахунки у сфері електронної комерції, зберігання електронних документів.

Систематизовано напрями, які, на думку дослідників, у подальшому сприятимуть розвитку електронної комерції в Україні, серед яких: затвердження Інформаційного кодексу України, створення національної інформаційної інфраструктури, фінансування відповідних проєктів та ін. В напрямі оподаткування електронної комерції визначено необхідність співпраці податкових органів із суб'єктами господарювання задля розвитку електронної комерції та забезпечення додаткових надходження до бюджету.

На нашу думку, держава повинна стати гарантом і учасником електронних торгових відносин, а сучасна державна політика має бути спрямована на розвиток національної інфраструктури електронної комерції, яка має будуватися на інституціональних заходах у напрямі легалізації електронних операцій.

Загалом нормативно-правове регулювання процесу електронної комерції сприяє співпраці з іншими країнами, надає можливість збуту вітчизняних товарів, оскільки кожен із учасників діє відповідно до встановлених прав та обов'язків, маючи можливість захищати свої інтереси, однак це є лише початком на шляху формування необхідних умов розвитку електронної комерції в Україні. З цією метою вважаємо за необхідне впровадження податкових канікул для нових суб'єктів електронної ко-

мерції, що стане сприятливим фактором їх розвитку на етапі становлення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про платіжні системи і переказ грошей в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 05.04.2001 № 2346-III. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>
2. Про електронну комерцію [Електронний ресурс] : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
3. Белік І. Б. Міжнародно-правовий досвід оподаткування електронної комерції / І. Б. Белік // Форум права. – 2013. – № 2. – С. 49–54.
4. Бочуля Т. Обліково-інформаційний аспект товароруху в системі електронної торгівлі / Т. Бочуля // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. – № 4. – С. 22–31. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/boau_2013_4_5
5. Бочуля Т. В. Феномен інтернет-магазину в понятійному апараті бухгалтерського обліку / Т. В. Бочуля // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 3. – С. 187–191.
6. Воробйова О. П. Нормативно-правове забезпечення електронної комерції: міжнародний досвід / О. П. Воробйова // Ефективність державного управління. – 2012. – Вип. 30. – С. 269–275.
7. Квач Я. П. Сутність та розвиток електронної торгівлі в Україні: обліковий аспект / Я. П. Квач, О. Г. Дроздова // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – № 2. – С. 33–40.
8. Кот О. В. Сутність, становлення та перспективи розвитку електронної комерції України у глобальному середовищі / О. В. Кот, Д. С. Антоненко // Технологический аудит и резервы производства. – 2015. – № 2 (6). – С. 28–32.
9. Крутова А. С. Методологія та організація бухгалтерського обліку в сфері електронної торгівлі : автореф. ... д-ра екон. наук : 08.00.09 / Крутова Анжеліка Сергіївна. – Київ, 2011. – 29 с.
10. Легенчук С. Ф. Методика бухгалтерського обліку процесу електронної комерції [Електронний ресурс] / С. Ф. Легенчук, Н. М. Королюк. – Режим доступу : http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2010/v4/NV-2010-V4_55.pdf
11. Маловичко С. В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України / С. В. Маловичко // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 71–77.
12. Маловичко С. В. Еволюційні засади розвитку електронної комерції / С. В. Маловичко // Економічний аналіз : зб. наук. пр. – 2014. – Т. 18. – № 2. – С. 291–297.
13. Мельничук О. С. Глобальні тенденції розвитку електронної комерції / О. С. Мельничук // Наукові праці НДФІ. – 2014. – Вип. 1. – С. 58–69.
14. Пиріг С. О. Дослідження ринку електронної комерції в Україні / С. О. Пиріг // Економічні науки. Серія: Облік і фінанси. – 2014. – Вип. 11 (1). – С. 164–170.
15. Резнікова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні / В. Резнікова // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2015. – № 2. – С. 58–72.
16. Ходаковський П. Ухвалено Закон про електронну комерцію, 14.09.2015 р. [Електронний ресурс] / П. Ходаковський, О. Баранова. – Режим доступу : <http://arzinger.ua/ua/press/newsletter/page-3/101583/>

17. European B2C E-commerce Report 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/2/25/European_B2C_Ecommerce_Report_2016.pdf

18. Internet World Stats [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.internetworldstats.com/stats.htm

19. Binding J. Regulations on E-Commerce Consumer Protection Rules in China and Europe Compared – Same but Different? / J. Binding, K. Purnhagen // *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law*. – 2011. – Vol. 2. – P. 186–194.

REFERENCES

Bielik, I. B. "Mizhnarodno-pravovyi dosvid opodatkuвання електронної комерсії" [International legal experience in the taxation of electronic Commerce]. *Forum prava*, no. 2 (2013): 49-54.

Bochulia, T. "Oblikovo-informatsiyni aspekt tovarorukhu v systemi електронної торгівлі" [Accounting and information aspect of goods movement in the e-Commerce system]. *Bukhhalterskyi oblik i audyt*. http://nbuv.gov.ua/UJRN/boau_2013_4_5

Bochulia, T. V. "Fenomen internet-mahazynu v poniatiinomu aparati bukhhalterskoho obliku" [The phenomenon of the online store in the conceptual apparatus of accounting]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i торгівлі. Seriya: Ekonomichni nauky*, no. 3 (2012): 187-191.

Binding, J., and Purnhagen, K. "Regulations on E-Commerce Consumer Protection Rules in China and Europe Compared - Same but Different?" *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law* vol. 2 (2011): 186-194.

"European B2C E-commerce Report 2016" https://www.ecommercewiki.org/wikis/www.ecommercewiki.org/images/2/25/European_B2C_Ecommerce_Report_2016.pdf

"Internet World Stats" www.internetworldstats.com/stats.htm

Kvach, Ya. P., and Drozdova, O. H. "Sutnist ta rozvytok електронної торгівлі в Україні: oblikovyi aspekt" [The nature and development of e-Commerce in Ukraine: your aspect]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo tekhnolohichnogo universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky*, no. 2 (2015): 33-40.

Kot, O. V., and Antonenko, D. S. "Sutnist, stanovlennia ta perspektyvy rozvytku електронної комерсії України u hlobalnomu

sередovyschi" [The nature, formation and prospects of development of e-Commerce of Ukraine in a global environment]. *Tekhnolohycheskyi audyt y rezervy proyzvodstva*, no. 2 (6) (2015): 28-32.

Krutova, A. S. "Metodolohiia ta orhanizatsiia bukhhalterskoho obliku v sferi електронної торгівлі" [Methodology and organization of accounting in the field of electronic Commerce]. *avtooref. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.09*, 2011.

Khodakovskiy, P. "Ukhhvaleno Zakon pro електронну комерсію, 14. 09. 2015 r." [Adopted Law on electronic Commerce, 14.09.2015]. <http://arzinger.ua/ua/press/newsletter/page-3/101583/>

Lehenchuk, C. F., and Koroliuk, N. M. "Metodyka bukhhalterskoho obliku protsesu електронної комерсії" [The method of accounting of e-Commerce]. http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2010/v4/NV-2010-V4_55.pdf

[Legal Act of Ukraine] (2001). <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>

[Legal Act of Ukraine] (2015). <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

Malovychko, S. V. "Analiz suchasnykh tendentsii ta dynamiky rozvytku електронної торгівлі na pidpriemstvakh Ukrainy" [The analysis of current trends and dynamics of development of electronic trade in the enterprises of Ukraine]. *Problemy ekonomiky*, no. 2 (2015): 71-77.

Malovychko, S. V. "Evolutsiyni zasady rozvytku електронної комерсії" [The evolutionary basis for the development of e-Commerce]. *Ekonomichni analiz* vol. 18, no. 2 (2014): 291-297.

Melnychuk, O. S. "Hlobalni tendentsii rozvytku електронної комерсії" [Global trends in the development of e-Commerce]. *Naukovi pratsi NDFI*, no. 1 (2014): 58-69.

Pyrih, S. O. "Doslidzhennia rynku електронної комерсії v Ukraini" [Research e-Commerce market in Ukraine]. *Ekonomichni nauky. Seriya: Oblik i finansy*, no. 11 (1) (2014): 164-170.

Rieznikova, V. "Poniattia, znachennia ta perspektyvy pravovoho zabezpechennia електронної комерсії v Ukraini" [Definition, importance and prospects of legal support of e-Commerce in Ukraine]. *Teoriia i praktyka intelektualnoi vlasnosti*, no. 2 (2015): 58-72.

Vorobiova, O. P. "Normatyvno-pravove zabezpechennia електронної комерсії: mizhnarodnyi dosvid" [Regulatory support e-Commerce: international experience]. *Efektivnist derzhavnogo upravlinnia*, no. 30 (2012): 269-275.