

**Кондратюк О.**, к.е.н., доцент  
**Лисенко В.**, магістрант  
 КЕІ ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»  
 м. Київ, Україна

## НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ, ЇЇ ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій обумовлює появу нових форм обороту товарів на споживчому ринку, підвищення рівня взаємозв'язку між продавцями і покупцями на «безконтактній» основі; створює нові можливості для підприємницької діяльності. Дистанційні форми реалізації товарів стають все більш привабливими як для покупців і користувачів об'єктів авторських і суміжних прав, так і продавців, що містять такі об'єкти, та осіб, що надають послуги з надання доступу до них з використанням Інтернет, мереж мобільного зв'язку та інших телекомунікаційних засобів. В світі відбувається постійне зростання обсягів дистанційної торгівлі.

За опублікованими прогнозами «До кінця 2020 року загальний обсяг продажів інтернет-магазинів у всьому світі повинен досягти позначки в 2 трильйони доларів США» [1]. Майже половина продажів в сфері е-торгівлі припадає на Китай. Питома вага України у загальному обсязі е-торгівлі в 2017 р. склала 1,92 млрд. дол. (у Китаї – 1208 млрд. дол., Великобританії 121 млрд. дол., Германії – 76 млрд. дол., Франції –49 млрд. дол.) [2]. Доля онлайн-роздрібу в структурі роздрібної торгівлі України в 2017р. дорівнювала 3,2% (найбільший у Великобританії у власній роздрібній структурі – 17,8) [2]. Відсоток інтернет-покупців від загального населення в Україні складає 4.7% (у Великобританії – 81%, Германії – 79%, Франції – 65%) [1]. Ріст інтернет-продажів в Україні відзначається найбільший, у порівнянні з зазначеними країнами [2].

Дистанційна форма реалізації товарів, надання послуг стають все більш привабливою. Зазначені обставини дозволяють акцентувати увагу на важливості подальшого розвитку правової регламентації суспільних відносин, пов'язаних із здійсненням дистанційної торгівлі товарами і дистанційних способів надання послуг, обліку і оподаткуванні відповідних господарських операцій.

Правові джерела, що регламентують дистанційну реалізацію товарів та її облік і оподаткування пропонується представити двома групами.

I – Нормативні джерела регулювання дистанційної реалізації товарів.

- Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV.
- Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV.
- Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII.
- Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 р. №851- IV
- Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 р. № 852-IV.
- Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.91 р. № 1023-XII.

- Закон України «Про захист персональних даних» від 01.06.2010 р. № 2297-VI.
- Законі України «Про захист економічної конкуренції» від 11.1.2001 р. №2210-III.
- Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 06.07.95 р. № 265/95-ВР.
- Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» від 05.04.2001 р. № 2346-III.
- Закон України «Про здійснення державних закупівель» від 01.06.2010 р. №1197-VII.
- Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, затверджений постановою Кабміну від 15.06.2006 р. № 833.
- Правила продажу товарів поштою, затверджені наказом Мінекономіки, Мінтрансу від 11.06.2008 р. № 206/699.
- Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, затверджені наказом Мінекономіки від 19.04.2007р. № 103.
- Типовий закон про електронну торгівлю Комісії Організації Об'єднаних Націй з права міжнародної торгівлі» від 25.05.2007 р. №995\_321.
- Директива 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про захист прав споживачів у дистанційних контрактах» від 20.05.1997 р. №994\_245.
- Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку» від 08.06.2000 р. №994\_224.
- II – Нормативні джерела регулювання обліку дистанційної реалізації товарів.
- Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI.
- Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. №996-XIV.
- П(С)БО 9 «Запаси», П(С) БО 10 «Дебіторська заборгованість», П(С)БО 15 «Дохід», МСБО 2 «Запаси», МСФЗ 18 «Виручка з договорів з клієнтами».
- Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів від 10.01.2007 р. №2.
- Інструкція з обліку роздрібного товарообороту та товарних записів від 28.12.96 №389.
- Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань від 02.09.2014 р. №879.
- Закон України «Про зовнішньо-економічну діяльність» від 16.04.1991 №959-XII.

Чисельні законодавчо-нормативні, інструктивні та методичні документи (в поточних редакціях) використовуються продавцями товарів в організації, управлінні on-line бізнесу та для обліку і оподаткування on-line діяльності, враховуючи міжнародні норми (закони, директиви). Власники такого бізнесу зобов'язані слідкувати за змінами в них для запобігання порушення законодавства.

### **Використана література:**

1. Цікаві факти про інтернет-торгівлю в світі в 2020 році. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/>.
2. «Молодий і перспективний». Який потенціал приховує ринок інтернет-торгівлі України?. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2018/08/31/639949/>.

**Краєвський В.**, д.е.н., доц.  
Університет державної фіскальної служби України  
**Костенко О.**, к.е.н.  
Київський кооперативний інститут бізнесу і права  
м. Київ, Україна

## **ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Вступ.

Проведення економічних реформ в країні змінює кон'юнктурні константи виробничої та комерційної діяльності підприємств. За таких обставин визначальними чинниками управління формуванням результативності їх функціонування є всебічний облік і комплексний аналіз господарських процесів.

Результативність – здатність (як властивість) давати хороший результат. Результат: 1) те, що впливає з якоїсь дії, явища; 2) кінцевий підсумок якогонебудь заняття чи процесу; 3) показник чого-небудь; наслідок. Розрізняють: 1) кінцевий результат процесу виробництва (відбиває матеріалізований результат процесу виробництва, обмірюваний обсягом продукції у натуральній і вартісній формах); 2) кінцевий народногосподарський результат роботи підприємства (включає не тільки кількість виготовленої продукції, але й охоплює її споживчу вартість) [4; 5; 7].

В різних галузях економіки підприємства на однакову кількість витрачених ресурсів отримують не однакові за величиною результати. Особливо це стосується таких організаційних формувань аграрного сектору як сільськогосподарські підприємства. Тобто, сільськогосподарські підприємства з однаковим потенціалом ведуть виробництво з різною ефективністю (ефективність як здатність створювати ефект (результативність процесу), характеризує результат діяльності відносно витрат) [4, с. 21; 7, с. 18]. Сільськогосподарське підприємство – юридична особа, основним видом діяльності якої є вирощування та переробка власно виробленої сільськогосподарської продукції (включаючи рибництво), виручка від реалізації якої становить не менше 50% загальної суми грошових надходжень за рік.

Галузеві особливості діяльності сільськогосподарських підприємств: 1) вплив природних, кліматичних і ґрунтових умов, а також біологічних процесів; 2) використання, можливо, одного з найцінніших засобів – землі, вартість якого за умов дбайливого господарювання з часом тільки зростає; 3) інерційність виробництва, що характеризується сезонністю та пов'язаними з нею відповідною організацією і циклічністю оборотних засобів; 4) авансування грошей на тривалий