

Полтавська державна аграрна академія

**ЕКОНОМІЧНИЙ, ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ТА
ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ ПІДТРИМКИ І
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Колективна монографія

**За редакцією О. В. Калашник, Х. З. Махмудова,
І. О. Яснолоб**

Полтава – 2019

УДК 330
Е 45

Рецензенти:

Г. О. Бірта, д-р с.-г. наук, проф., завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В. В. Писаренко, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри маркетингу Полтавської державної аграрної академії

В. П. Писаренко, д-р наук з держ. управл., проф., професор кафедри публічного управління та адміністрування Полтавської державної аграрної академії

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради Полтавської державної аграрної академії (протокол № 2 від 29.10.2019 р.)

Е 45 Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва : колективна монографія ; за ред. О. В. Калашник, Х. З. Махмудова, І. О. Яснолоб. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2019. 364 с.

ISBN 978-617-7669-49-3

У колективній монографії з позицій міждисциплінарного підходу викладено результати досліджень економічного, організаційного та правового механізму підтримки і розвитку підприємництва. Наведено особливості вітчизняного та зарубіжного досвіду розвитку підприємництва. Розглянуто організаційно-економічні та фінансові аспекти розвитку підприємництва. Визначено особливості сучасного правового регулювання діяльності суб'єктів господарювання. Досліджено сучасні аспекти управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання. Означено особливості формування асортименту товарів як інструмент підприємницької діяльності суб'єктів господарювання. Розкрито деякі питання щодо якості та безпечності товарів як складової підприємницької діяльності суб'єктів господарювання. Розглянуто інноваційні технології розвитку у сфері економіки, підприємництва. Виявлені економічні, соціальні та правові аспекти розвитку сільських територій. Наведені проблеми розвитку бізнес-освіти та управління знаннями.

Колективна монографія є частиною науково-дослідних тем Полтавської державної аграрної академії «Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва» (номер державної реєстрації 0117U003103 від 22.02.2017 р.) та «Концепція розвитку енергоефективних і енергонезалежних сільських територій задля зміцнення конкурентоспроможності національної економіки» (номер державної реєстрації 0119U100028 від 10.01.2019 р.).

Розраховано на науковців, викладачів, керівників і спеціалістів органів державного управління, фахівців агроформувань, аспірантів, студентів і всіх, хто цікавиться питаннями використання альтернативних джерел енергії в умовах сільських територій.

УДК 330

Автори вміщених матеріалів висловлюють власну думку, яка не завжди збігається з позицією редакції. За зміст матеріалів відповідальність несуть автори.

ISBN 978-617-7669-49-3

© Колектив авторів, 2019.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	7
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	9
1.1. Досвід брендингу компанії Ford (<i>Дем'яненко Н. В., Світлична А. В., Самойлик Ю. В.</i>)	9
1.2. Implementation of foreign experience of transnationalization in the context of globalization (<i>Korneva N.</i>)	16
1.3. Підтримка та розвиток інтернаціоналізації МСП як ефективний механізм реалізації експортного потенціалу підприємств малого та середнього бізнесу (<i>Лісіца В. В.</i>)	20
1.4. Сутнісні характеристики та методи витрат в системі менеджменту аграрних підприємств для цілей обліку (<i>Пилипенко К. А.</i>)	29
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	40
2.1. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого підприємництва: організаційно-обліковий аспект (<i>Дорогань-Писаренко Л. О., Романченко Ю. О.</i>)	40
2.2. Технологічна реструктуризація підприємства агропродовольчого сектору як умова підвищення його конкурентоспроможності (<i>Дячков Д. В., Вовк М. О.</i>)	48
2.3. Організаційно-економічний потенціал підвищення конкурентоспроможності підприємств (<i>Загребельна І. Л., Тандур К. М., Риндіна Ю. В.</i>)	55
2.4. Електронна торгівля: організаційні та облікові аспекти (<i>Лега О. В., Прийдак Т. Б., Яловега Л. В.</i>)	62
2.5. Інституціональні механізми управління трансакційними витратами в агропродовольчій сфері (<i>Плаксієнко В. Я., Черненко К. В., Ліпський Р. В.</i>)	72
2.6. Тенденції і перспективи розвитку підприємництва в Україні (<i>Устік Т. В., Махмудов Е. Х., Ланишуфа Є. В.</i>)	80
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	87
3.1. Вплив цінової та збутової політики на конкурентоспроможність підприємства в контексті законодавства ЄС (<i>Калюжна Ю. П., Даниленко В. І., Боровик Т. В., Писаренко С. В.</i>)	87

2.4. Електронна торгівля: організаційні та облікові аспекти

Лега О. В., канд. екон. наук, доцент,

Прийдак Т. Б., канд. екон. наук,

Яловега Л. В.

Полтавська державна аграрна академія

Сучасна епоха характеризується стрімким розвитком інновацій, а їх активне впровадження модифікує економічні процеси та є причиною виникнення нового типу виробництва, розширення кордонів економічної взаємодії у глобальному просторі [1]. Це спричинило появу нового виду бізнесу – електронна торгівля, що активно поширюється і набуває нових рис та ознак у межах свого постійного розвитку. Підприємства електронної торгівлі 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 [2].

Аналіз здійснених в останні роки наукових досліджень стосовно функціонування електронного бізнесу виявив актуалізацію вченими наступних питань:

- Н. С. Меджибовська досліджуючи рівень використання інструментів електронного бізнесу (далі – е-бізнес) на вітчизняних промислових підприємствах, встановила їх відставання від суб'єктів господарювання інших сфер діяльності. Автор зауважує, що основними ознаками критичної ситуації є відсутність у господарюючих суб'єктів власного Web-сайту щодо ведення бізнесу, або неякісне його використання. Як наслідок, гальмування поширення інформації щодо їх діяльності через соціальні мережі. На думку автора, для вирішення окреслених проблем необхідні молоді креативні фахівці з відповідними компетентностями в галузі інноваційних методів ведення бізнесу [3];

- наукові дослідження Г. В. Юрчук ґрунтуються на комплексному аналізі розвитку систем е-бізнесу та визначення перспективних напрямів їх застосування в Україні. Заслужовують на увагу пропозиції автора щодо створення фінансового супермаркету для якісно нового рівня обслуговування клієнтів із скороченням витрат, а також стратегія створення електронних торгових майданчиків [4];

¹ Канцедал Н. А. Бухгалтерський облік цифрової епохи: розширення термінологічних кордонів. *Облік і фінанси*. 2019. № 1 (83). С. 28–34. URL : [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1\(83\)-28-34](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1(83)-28-34).

² Чижевська Л. В. Розрахункові операції на підприємствах електронної комерції: обліковий аспект. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. Економіка*. 2017. № 7 (35). С. 120–124.

³ Меджибовська Н. С. Електронний бізнес промислових підприємств: сучасний стан і напрямки вдосконалення. URL : <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1458/1/Електронний%20бізнес%20промислових%20підприємств%20сучасний%20стан%20і%20напрямки%20вдосконалення.pdf> (дата звернення: 14.09.2019).

⁴ Юрчук Г. В. Розвиток фінансових послуг на основі систем електронного бізнесу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Суми, 2003. 23 с. URL : http://uabs.edu.ua/images/stories/sc_autoref/2003/2003_01_ken.pdf

- І. П. Ситник у своїй праці дослідив процес організації ведення електронного документообороту з використанням системи АСКО. Автор визначив основні його переваги, зокрема: додаткові функції, пов'язані з взаємовідносинами з клієнтами, договорами, послугами; система маршрутизації; контроль доступу, гарантія збереження конфіденційності тощо [5];

- наукові праці Г. Л. Калинич присвячені маркетингу в е-бізнесі. Автор окреслив першочергові завдання електронного маркетингу з-поміж яких: створення контенту, використання інноваційних комунікаційних інструментів; формування партнерських відносин ефективної взаємодії, що стають основою інтеграції інтелектуальних та інформаційних ресурсів та є головними чинниками розвитку ринкових відносин; зниження витрат діяльності (спрощення бізнес-процесів, прискорення реакції на запити клієнтів, можливість працювати з великою кількістю контрагентів) [6];

- К. В. Ковтуненко у своїх наукових дослідженнях доводить, що е-бізнес є складовою інформаційної економіки та новою моделлю інтеграції в економічній діяльності. На думку автора, основною метою е-бізнесу є підвищення ефективності наявних або сприяння розвитку нових сегментів діяльності господарюючого суб'єкта та отримання стабільного економічного ефекту [7];

- проведені дослідження І. А. Касатонової та В. Ю. Онісіфорової доводять, що е-бізнес є перспективною формою розвитку сучасних економічних відносин. Авторами визначено основні фактори зниження витрат в умовах е-бізнесу, зокрема: за рахунок витрат на оренду приміщень; рекламу; зовнішні та внутрішні комунікації; закупівлю товарів і послуг тощо [8];

- обліковим аспектам е-бізнесу присвячена монографія «Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу» В. А. Кулик В якій автор розглядає як теоретичні, так і практичні засади бухгалтерського обліку підприємств е-бізнесу, зокрема, визначає особливості організації й методики бухгалтерського обліку господарської діяльності онлайн-магазинів та висвітлює потенційні напрями розвитку професійних компетенцій бухгалтерів [9];

(дата звернення: 14.09.2019).

⁵ Ситник І. П., Мельниченко А. І. Системи електронного документообігу в електронному бізнесі. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2015. Вип. 4. С. 174–178.

⁶ Калинич Г. Л. Суть та особливості маркетингу в сучасному електронному бізнесі. *Проблеми економіки та управління*. 2010. № 683. URL : http://vlp.com.ua/files/1_2_zmist_683.pdf (дата звернення: 14.09.2019).

⁷ Ковтуненко К. В., Танащук К. О. Електронний бізнес як складова інформаційної економіки. *Проблеми і перспективи інновац. розвитку економіки в контексті інтеграції України в Європ. науково-інновац. простір* : матеріали конф., 15–16 верес. 2016 р. 2016. С. 60–64.

⁸ Касатонова І. А., Онісіфорова В. Ю. Електронний бізнес: фактори зниження витрат та економічна безпека. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2013. № 1. С. 53–57. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2013_1_12 (дата звернення: 14.09.2019).

⁹ Кулик В. А. Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2017. 344 с.

- метою дисертаційного дослідження А. С. Крутової є розробка теоретичних та практичних положень бухгалтерського обліку в системі електронної торгівлі. Заслужують на увагу пропозиції автора щодо: оцінки економічної ефективності з використанням інтегрованого показника, який включає особливості ведення економічної діяльності в мережі Інтернет та показників ефективності маркетингової та інвестиційної діяльності; доповнення технічної частини облікової політики суб'єктів е-торгівлі положення з організації контролю безпеки інформаційних активів підприємства; моделей інформаційної системи е-торгівлі (презентації товару, замовлення, електронні платежі, виконання замовлення, обслуговування покупців, збір даних, їх обробка, бухгалтерський облік й аналіз) [10].

У ході вивчення першоджерел виявлено, що тематика е-бізнесу є наразі досить актуальною, проте в економічній літературі недостатньо уваги відводиться організаційним та обліковим аспектам електронної торгівлі. Відтак, електронна торгівля, як і будь який вид діяльності суб'єктів господарювання, є об'єктом бухгалтерського обліку та оподаткування. До основних складових об'єкту обліку е-торгівлі належать: витрати на створення сайтів і презентацію товару; формування електронних договорів; приймання замовлення; електронні платежі в різних формах; здійснення операцій щодо виконання замовлення і т.д. Всі означені господарські операції реєструються у хронологічному порядку, підлягають обробці та відображенню на рахунках бухгалтерського обліку, що є підставою для складання фінансової звітності [11].

Стандартами GOMSEC (Global Online Measurement Standard for E-commerce) визначено дозволений асортимент товарів, що реалізуються у сфері е-бізнесу (B2C), зокрема: одяг, взуття, аксесуари, спортивні товари, іграшки, продукти харчування, тютюнові вироби, косметика та засоби догляду, електронна техніка, мобільні телефони та аксесуари до них, товари для дому й саду, медіа та інше. До послуг включено квитки на масові заходи, авіаквитки, бронювання готелів, туристичні послуги [79]. Проте, є наступні товари (послуги), що не включені до е-бізнесу (B2C): азартні ігри та гральний бізнес онлайн; будинки та нерухомість; кредити; кредитні карти; овердрафти; іпотеки; комунальні послуги розваги для дорослих; операції між підприємствами (B2B); ощадні рахунки; фонди; акції; облігації; страхування життя; пенсії; угоди між приватними особами/споживачами (C2C) [79].

Учасниками відносин у сфері інтернет-торгівлі є:

- суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми (приватне підприємство, мале підприємство, товариство з

¹⁰ Крутова А. С. Методологія та організація бухгалтерського обліку в сфері електронної торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук. Київ, 2011. 31 с.

¹¹ Лега О. В. Інтернет-торгівля: облік та оподаткування. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 43. С. 161–166.

обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство тощо), які реалізують товари (виконують роботи, надають послуги) з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем;

- підрядники, що надають послуги проміжного характеру в інформаційній сфері;

- покупці товарів або замовники робіт чи послуг [12].

Учасниками інтернет-торгівлі є продавець і покупець, взаємовідносини між якими регулюються договором. Розділом III «Порядок вчинення електронних правочинів» Закону України «Про електронну комерцію» [13] визначено сутність електронних договорів (далі – е-договір), що є домовленістю двох або більше сторін, яка спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов’язків та порядок їх укладання.

Основою для укладання е-договору є пропозиція, що може бути надіслана конкретній особі або розміщена в мережі Інтернет чи інших інформаційно-телекомунікаційних системах. Пропозиція адресована невизначеному колу осіб формує публічний договір, за яким суб’єкт господарювання зобов’язується здійснювати продаж товарів (виконання робіт, надання послуг) кожному покупцю (замовнику) якого вона зацікавить. Умови публічного договору є однаковими для всіх споживачів, окрім тих, кому надані пільги відповідно до чинного законодавства. Основні етапи укладання е-договору наведено на рис. 1.

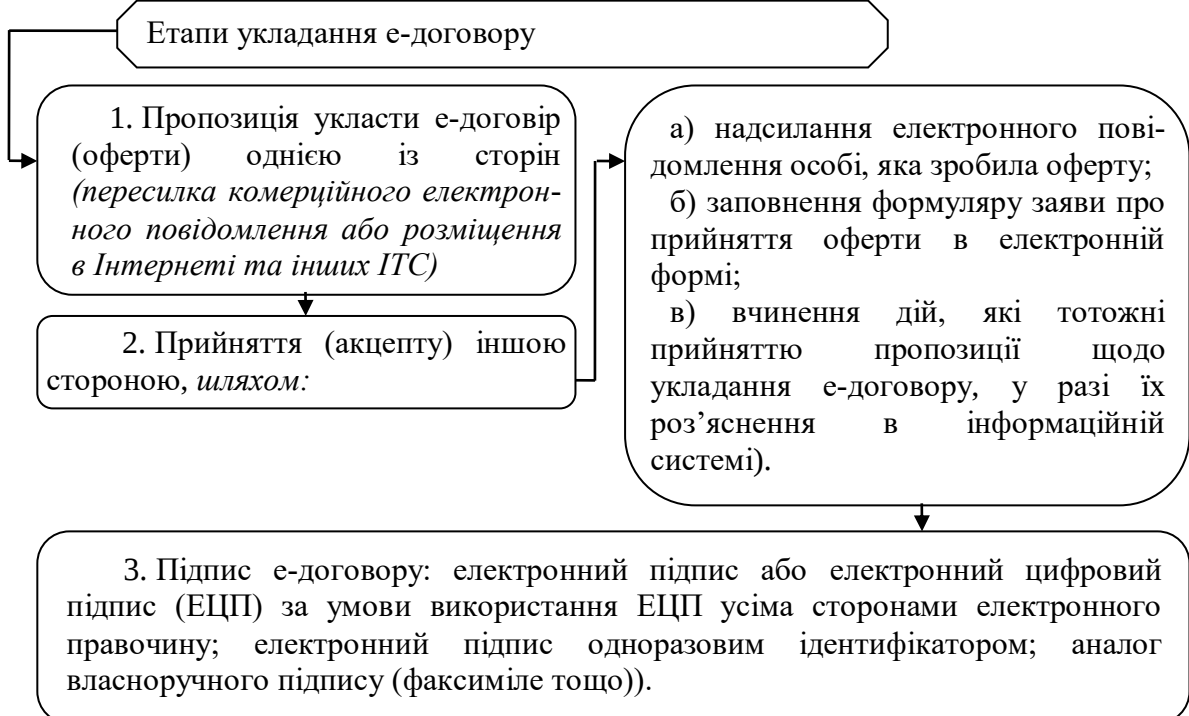


Рис. 1. Етапи укладання електронного договору

¹² Асадчев Ю. Особливості електронних договорів згідно Закону України «Про електронну комерцію». URL : https://zib.com.ua/ua/122670-osoblivosti_elektronnih_dogovoriv_zgidno_zakonu_ukraini_pro_.html (дата звернення: 10.07.2019).

¹³ Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення: 07.07.2019).

У випадку порушення виконавцем умов е-договору, споживач має право пред'явити позов у місцевий суд (ч. 5 ст. 110 ЦПК), при цьому письмовим доказом є е-договір. При формуванні замовлення обирають спосіб доставки. У більшості випадків інтернет-магазини пропонують обрати зручний варіант, не обмежуючи споживачів. До них належить:

1. Отримання товару в магазині (складі, офісі). Для продавця цей спосіб не супроводжується додатковими витратами, оплата проводиться на місці готівкою, або пред'являється чек про часткову (повну) оплату. Право на товар переходить споживачу. У бухгалтерському обліку така операція супроводжується кореспонденцією рахунків: Дт 301 Кт 702; Дт 702 Кт 641; Дт 902 Кт 28.

2. Доставка товару кур'єром в обумовлене покупцем місце. Можливі два варіанта:

- в інтернет-магазині працює власна служба доставки, що супроводжується витратами на оплату праці, єдиний соціальний внесок тощо. Кореспонденція рахунків: а) передача товару для доставки: Дт 2822 Кт 281; б) товар було доставлено безпосередньо споживачу, кур'єр готівку здає до каси: Дт 301 Кт 702; в) відображено податкове зобов'язання з податку на додану вартість Дт 702 Кт 641; г) списано собівартість реалізованого товару Дт 902 Кт 2822; д) нараховано заробітну плату працівникам служби доставки: Дт 93 Кт 661; е) нараховано єдиний соціальний внесок Дт 93 Кт 651 (22 %); є) відображено підтверджені документально інші витрати для забезпечення діяльності служби доставки: Дт 93 Кт 372;

- залучення служби доставки супроводжується кореспонденцією рахунків: а) передано товар залученій організації з доставки товарів (вантажів): Дт 2822 Кт 281; б) згідно рахунку нарахована оплата за послуги Дт 93 Кт 631; в) відображено податковий кредит з ПДВ Дт 641 Кт 631; г) надано підтверджуючий документ (звіт, акт тощо) щодо доставки товарів Дт 361 Кт 702; д) відображено податкове зобов'язання з ПДВ: Дт 702 Кт 641; е) перераховано на поточний рахунок оплату за товар Дт 311 Кт 361.

3. Доставка товару поштою, або іншою транспортною організацією. В обліку господарські операції необхідно відобразити наступним чином: а) передача товару для пересилання: Дт 2822 Кт 281; б) при пересиланні поштою, підтвердженням слугує документ, що підтверджує факт пересилання, зокрема, квитанція, чек тощо: Дт 361 Кт 702, кошти отримують після пересилання товару та його отримання Дт 311 Кт 361; якщо товар було доставлено безпосередньо споживачу; в) відображено податкове зобов'язання з податку на додану вартість Дт 702 Кт 641; г) списано собівартість реалізованого товару Дт 902 Кт 2822. Алгоритм здійснення інтернет-торгівлі та її облікового забезпечення представлено на рис. 2.

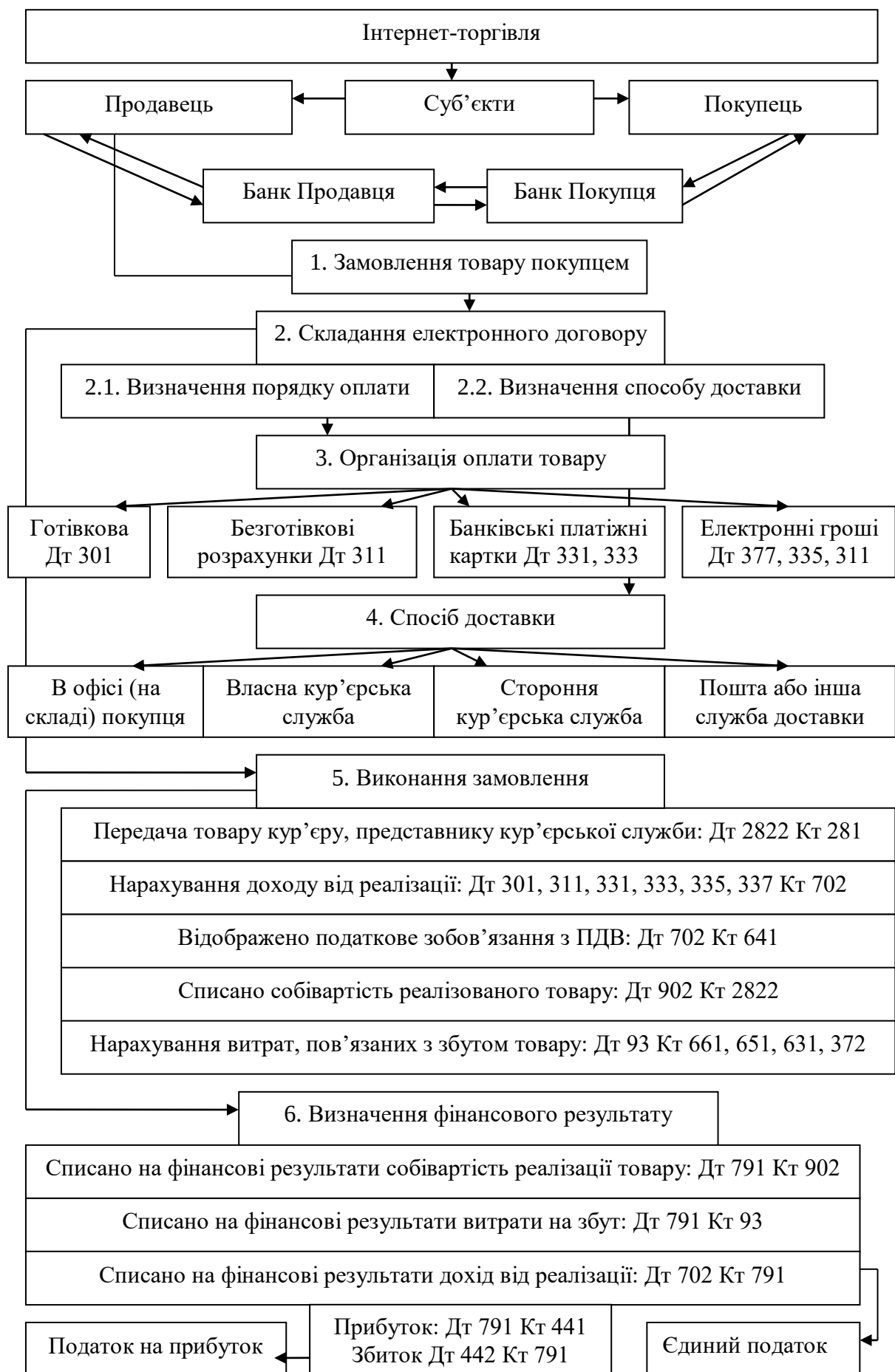


Рис. 2. Алгоритм здійснення інтернет-торгівлі

Джерело: розроблено авторами.

Інтернет-магазини для розрахунків пропонують декілька способів оплати, розглянемо їх види, особливості та відображення в обліку (рис. 3).

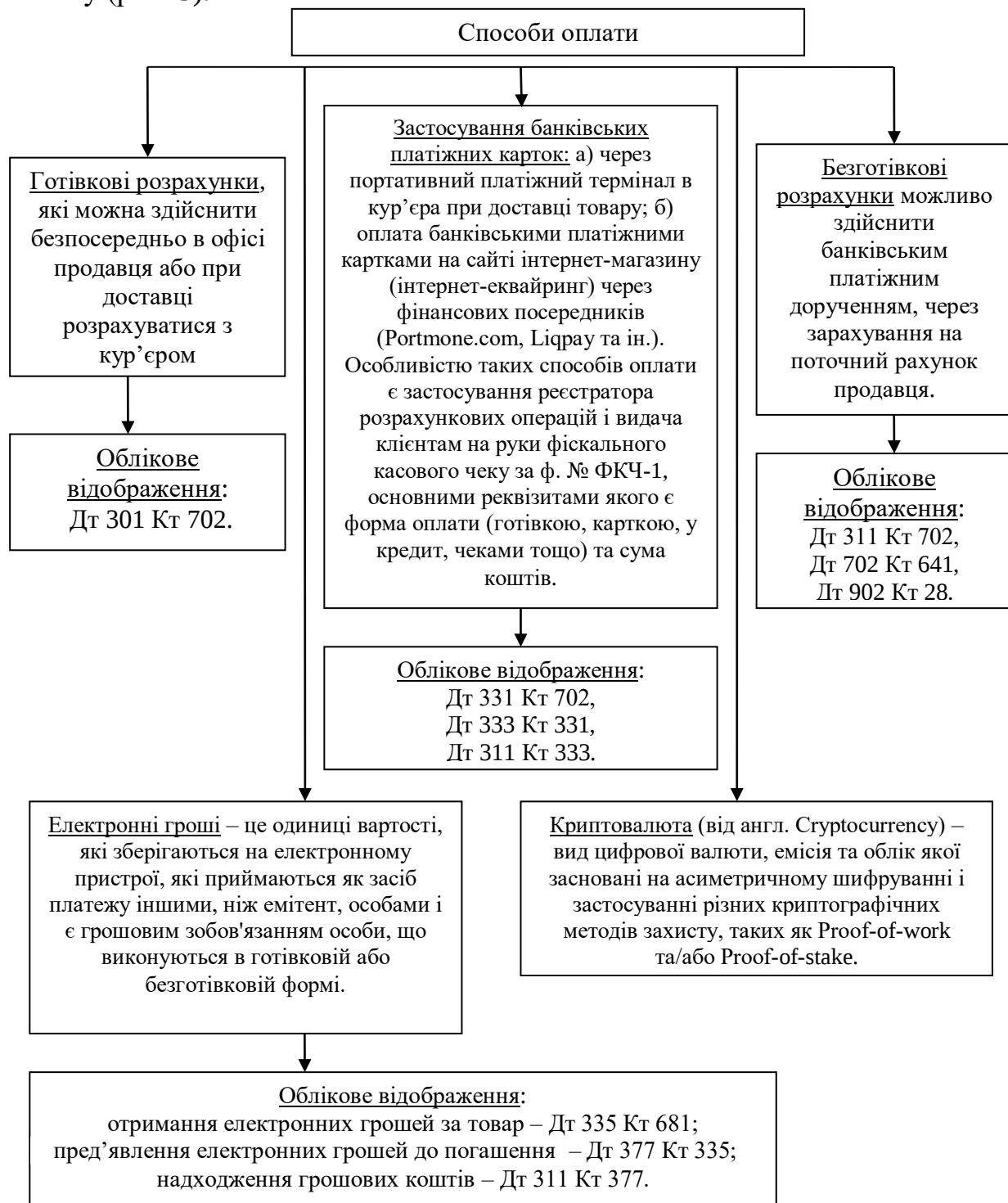


Рис. 3. Способи оплати: види, особливості та відображення в обліку
Джерело: дані [14].

Одне з основних завдань, яке стоїть перед електронною торгівлею – це створити всі умови для того, щоб покупець швидко міг розрахуватись

¹⁴ Про платіжні системи та переказ грошей : Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14/card2#Card> (дата звернення: 12.07.2019).

за замовлення. Необхідно запропонувати користувачам декілька способів оплати, щоб вони могли вибрати для себе оптимальний. Процедура розрахунку повинна бути простою, миттєвою і безпечною.

Недосконала законодавча база, що стосується обліку електронних грошей та криптовалюти гальмує розвиток ринку електронних платежів та електронної комерції. Розвиток системи електронних грошей в Україні стримується заборобою приймати їх суб'єктами господарювання, що перебувають на спрощеній системі оподаткування.

Податковий кодекс України зазначає, що розрахунки між такими особами можливі тільки у грошовій формі тобто готівковій чи безготівковій. Отже, ринок електронних грошей залишається закритим для значної частини фізичних – осіб підприємців, які здебільшого є платниками єдиного податку [74].

Стосовно, криптовалюти сьогодні не існує єдиного, визнаного у світі її визначення, яке б однозначно розкривало сутність та економічну природу цього поняття. Отже, поняття та облік криптовалюти залишаються невисвітленими у правовому полі.



Рис. 4. Особливості оподаткування суб'єктів е-бізнесу

До об'єктів оподаткування належать операції щодо реалізації, нарахування заробітної плати працівникам, нарахування податку

залежно від обраної системи оподаткування. Юридичні чи фізичні особи-підприємці, які є суб'єктами eCommerce, згідно чинного законодавства можуть самостійно обрати спрощену або загальну систему оподаткування.

Особливості застосування систем оподаткування учасників е-бізнесу наведено на рис. 4.

Узагальнюючи дані рис. 4, зауважимо, що платники єдиного податку II групи можуть продавати товари через Інтернет-магазин будь-яким покупцям, однак надавати послуги по доставці товару, вони мають право виключно іншим платникам єдиного податку чи населенню [73]. Водночас, інтернет-магазини, залежно від обраної системи оподаткування можуть бути також платниками ПДВ (20 %), податку на доходи фізичних осіб (18 %), військового збору (1,5 %) тощо.

Відтак, оцінюючи діяльність у сфері е-торгівлі можна виокремити переваги та недоліки, як власників так і споживачів (табл. 1).

1. Основні переваги та недоліки інтернет-торгівлі

Переваги	Недоліки
<i>Власники інтернет-магазинів</i>	
Доступ до віддалених ринків	Залучення клієнтів
Широке коло споживачів	
Зниження витрат на утримання магазину за рахунок витрат на утримання приміщень, орендної плати, оплати праці	При низькій клієнтській базі зростають витрати на рекламу. Якщо однією з форм оплати є накладний платіж, є ризик повернення товару або клієнт відмовляється від товару, витрати на повернення покладаються на власника товару. Ризик підміни товару або його складових при його огляді споживачем. Неякісний товар повертається до продавця, при цьому він же оплачує витрати на повернення.
Цілодобова торгівля	Хакерські атаки, зламані сторінки Неякісне програмне забезпечення або помилки в ньому. Відсутність інтернету.
Взаємодія, спілкування, підтримка споживачів в режимі on-line	
Раціональний розподіл робочого часу	
Товар захищений від розкрадання	
<i>Споживач</i>	
Зручність, швидкість	Менша надійність
Заощадження за рахунок більш низьких цін, порівняння цін для вибору найнижчої, вигідні ціни для оптової закупівлі	Неможливість доторкнутися до товару. На фото не видно якості. Опис на фото не завжди відповідає дійсності.
Широкий асортимент товару, який можна вибирати не виходячи з дому, відсутність черг і економія часу	Розмір одягу, взуття може бути нестандартний, тому не завжди отримуєш речі, які підходять споживачу. Отримання неякісного товару, при цьому в умовах покупки вказують що товар поверненню не підлягає.

Переваги	Недоліки
Придбання товарів, важкодоступних в традиційних магазинах, ексклюзивні товари, які продаються тільки онлайн, товари від бренда	
Доступ 24 години на добу	Не завжди покупець пропонує продавцю вибір способу оплати. Оплата можлива: накладним платежем (якщо товар не підходить споживачу, він може не забирати його), передоплата 100–150 грн; повна передоплата (найбільші ризик, оскільки є можливість потрапити на шахраїв або невідповідальних продавців, неякісний товар або розмір, який не підходить, при цьому умова неповернення товару).
<u>Відсутність нав'язливого сервісу</u>	
<u>Свобода вибору способу оплати</u>	

Джерело: узагальнено авторами на підставі [15], [16].

Підприємства електронної торгівлі націлені на здійснення діяльності, до якої залучені постачальники та покупці з різних країн. Тому використання Міжнародних стандартів фінансової звітності для таких підприємств є доцільне та економічно обґрунтоване [74]. За результатами дослідження встановлено, що усі традиційні елементи методу бухгалтерського обліку залишаються актуальними у бухгалтерському обліку підприємств е-торгівлі та мають значний потенціал розвитку.

На просторах нашої держави електронний бізнес розвивається неквапливо, порівняно із світовими темпами зростання, оскільки купівельна спроможність українців є нижчою, у порівнянні із багатьма країнами світу. А також гальмує розвиток електронної торгівлі обмеження чинного законодавства щодо використання популярних платіжних систем або використання електронних грошей та криптовалюти окремими категоріями суб'єктів господарювання що безумовно наносить шкоду вітчизняній економіці. Особливості здійснення цих операцій та особливості їх бухгалтерського обліку доцільно регламентувати у чинному законодавстві. Оформлення господарських операцій підприємствами електронної торгівлі має бути максимально спрощена для розширення обсягів їх діяльності в майбутньому, що забезпечить зростання вітчизняної економіки, яка знаходиться у кризовому стані.

¹⁵ Переваги і недоліки інтернет магазину для ведення бізнесу. URL : <https://officem.com.ua/uk/poleznaja-informatsija/preimuschestva-i-nedostatki-internet-magazina-dlja-vedenija-biznesa> (дата звернення: 14.09.2019).

¹⁶ Плюси і мінуси покупок через Інтернет. URL : <https://tvoigroshi.com.ua/uk/novosti/plyusy-i-minusy-pokupok-cherez-internet> (дата звернення: 14.09.2019).