

УДК 657.92:336.2:658.6:004.738.5

JEL Classification M41, H21, L81

DOI [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2024-4\(106\)-140-149](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2024-4(106)-140-149)**Kateryna Shevchuk¹***National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine***Nataliia Kuzyk²***National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine***Olena Boyarova³***National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Accounting and Taxation of E-Commerce: Realities and Challenges

Abstract. *The rapid development of information technologies has led to the transformation of traditional approaches to doing business and the formation of a separate type of economic activity – electronic commerce. The article aims to reveal the features of accounting and taxation of e-commerce and identify problematic aspects and challenges associated with digitalizing business processes in this area. The study's results indicate that differences between e-commerce and traditional commercial activity types impact the accounting organization. The practical organization of accounting for e-commerce is of great importance for transparent taxation, and its optimization using digital tools is a key factor in increasing the competitiveness of enterprises in modern conditions. While small businesses can use simple cloud-based CRM systems, medium and large companies prefer ERP systems that integrate with online marketplaces, offer business analytics and inventory management, and contain built-in financial reports to control expenses and income. The digitalization of accounting and settlement operations, especially in martial law conditions, is accompanied by challenges (risks of power and Internet outages, technological failures, and cyberattacks). Therefore, e-commerce entities must use backup offline mechanisms and autonomous communication systems to ensure uninterrupted settlement. The article analyzes existing software products for accounting automation, considering the scale of the business and taxation requirements. It provides separate criteria for choosing solutions that can be useful for the accounting practice of e-commerce by various business entities – from individual entrepreneurs to medium-sized and large businesses. A comparative analysis of settlement transaction registrars indicates the need to integrate accounting systems with mechanisms for taxing settlement transactions. The features of disclosing in accounting the costs of creating and operating an online store website and other accounting and tax aspects presented in the article form a better understanding of the organizational principles of e-commerce in Ukraine under martial law.*

Keywords: *e-commerce, accounting, taxation, digitalization of accounting, settlement transaction registrars, digital assets, online store website.*

Suggested Citation

Shevchuk, K., Kuzyk, N., Boyarova, O. (2024). Accounting and Taxation of E-Commerce: Realities and Challenges. *Oblik i finansi*, 4(106), 140-149. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2024-4\(106\)-140-149](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2024-4(106)-140-149)

¹ **Kateryna Shevchuk**, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
ORCID 0000-0002-9284-0343

² **Nataliia Kuzyk**, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
ORCID 0000-0001-5042-8759
E-mail: kuzyk.n.p@nubip.edu.ua (*Corresponding author*)

³ **Olena Boyarova**, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
ORCID 0000-0002-8886-887X

Облік і оподаткування інтернет-торгівлі: реалії та виклики

Анотація. Стрімкий розвиток інформаційних технологій спричинив трансформацію традиційних підходів до ведення бізнесу та формування окремого виду економічної діяльності – електронної торгівлі. Метою статті є розкриття особливостей обліку та оподаткування інтернет-торгівлі, виявлення проблемних аспектів та викликів, пов'язаних із цифровізацією бізнес-процесів у цій сфері. В дослідженні розкрито відмінності інтернет-торгівлі від традиційних видів комерційної діяльності та оцінено їх вплив на організацію і ведення бухгалтерського обліку. Результати дослідження свідчать, що ефективна організація обліку інтернет-торгівлі набуває особливого значення, а його оптимізація за допомогою цифрових інструментів виступає ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах. Цифровізація обліку та розрахункових операцій особливо в умовах воєнного стану супроводжується викликами (ризиком відключення електроенергії та інтернету, технологічних збоїв, кібератаки) тому суб'єктам інтернет-торгівлі необхідно застосовувати резервні офлайн-механізми та автономні системи зв'язку для забезпечення безперебійного проведення розрахунків. У статті проаналізовано існуючі програмні продукти для автоматизації бухгалтерського обліку з урахуванням масштабу бізнесу та вимог щодо оподаткування. Наведено окремі критерії вибору таких рішень, що можуть бути корисними для практики ведення обліку інтернет-торгівлі різними суб'єктами господарювання – від фізичних осіб-підприємців (ФОП) до підприємств середнього та великого бізнесу. Порівняльний аналіз застосування реєстраторів розрахункових операцій (РРО) та програмних РРО (ПРРО) вказує на необхідність інтеграції бухгалтерських систем із механізмами фіскалізації розрахункових операцій. Розкриті у статті особливості відображення в обліку витрат на створення та функціонування веб-сайту інтернет-магазину, а також інші облікові та податкові аспекти формують краще розуміння організаційних засад інтернет-торгівлі в Україні в умовах воєнного стану.

Ключові слова: інтернет-торгівля, бухгалтерський облік, оподаткування, автоматизація обліку, РРО/ПРРО, цифрові активи, веб-сайт інтернет-магазину.

Постановка проблеми. В умовах воєнного стану актуальним питанням є створення мобільних систем продажів для торговельних підприємств, здатних оперативно модифікуватись для забезпечення попиту споживачів необхідними товарами та послугами. Це обумовлено тим, що традиційні канали збуту суттєво змінилися внаслідок фізичного руйнування логістичних центрів чи торгових точок і тому у цьому контексті існують певні обмеження, а поведінка споживачів перебуває під впливом нестабільної економічної ситуації, мають місце міграційні процеси та хаотичні коливання купівельної спроможності. Усе це вимагає гнучких рішень в сфері обліку та оподаткування, адже підприємствам необхідно максимально швидко адаптуватись до змін у законодавчому регулюванні, валютних обмеженнях, динамічних вимогах до фіскалізації електронних та безготівкових платежів, а також до інноваційних програмних продуктів. Не менш важливим є оптимізація податкового навантаження, що впливає на конкурентоспроможність компаній та їхню здатність ефективно працювати в умовах кризи й забезпечувати діяльність на безперервній основі.

За змістом своєї діяльності інтернет-торгівля значно відрізняється від традиційної форми торгівлі, що впливає на особливості обліку та оподаткування. Крім цього, інтернет-торгівля може охоплювати різні країни, а її міжнародний характер ускладнює процес обліку та оподаткування. Інтернет-магазини в Україні зобов'язані дотримуватися вимог місцевого законодавства та міжнародних договорів, що регулюють оподаткування в сфері міжнародної торгівлі.

Отже, дослідження особливостей обліку та оподаткування інтернет-торгівлі є необхідним для уникнення фінансових ризиків, адаптації до змін у законодавстві та підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні в наукових дослідженнях питанням обліку та оподаткування інтернет-торгівлі приділяється значна увага. Вагомий внесок у вивчення цієї проблематики внесли Н.І. Бабурнич, Т.І. Данько, І.С. Ковова, В.А. Кулик, О.В. Лега, С.В. Легенчук, Н.М. Проскуріна, В.М. Панасюк, В.Р. Шевчук, Н.П. Яворська та інші.

Н.М. Проскуріна та А.В. Конєва [17] вивчали існуючі підходи до організації й методики ведення обліку в сфері електронної комерції, зокрема щодо витрат на розробку та обслуговування інтернет-магазину, форм здійснення розрахункових операцій і їх відображення в обліковій системі. О.В. Лега [6] проаналізувала визначення торгівлі у сфері е-бізнесу як об'єкта обліку, навела алгоритм здійснення інтернет-торгівлі та облікового забезпечення розрахунків із покупцями, нарахування доходу й визначення фінансового результату, приділивши особливу увагу порядку складання електронного договору відповідно до законодавства.

Детально розкрили особливості розвитку інтернет-торгівлі товарами Т.І. Данько та Н.П. Яворська [2], які провели порівняльну характеристику окремих аспектів традиційної торгівлі та інтернет-торгівлі, а також висвітлили основні переваги й недоліки, з якими стикаються підприємства при впровадженні електронної торгівлі як окремого виду електронної комерції. Дослідники довели, що впровадження електронної торгівлі, як окремого виду електронної комерції, дозволяє підприємствам отримувати довгострокові конкурентні переваги на ринку. Однією з ключових переваг електронної торгівлі є значна можливість для покупців вивчати, обирати та здійснювати покупки товарів двадцять чотири години на добу незалежно від географічного розташування [2].

В.М. Панасюк, Х.Р. Гальчак та В.А. Босий [10] акцентують увагу на способах розрахунків за товари, роботи, послуги та їх особливостях в сфері електронної комерції, яка включає в себе всі транзакції, що здійснюються за допомогою мережі Інтернет. Ними детально проаналізовано нормативну базу щодо оподаткування операцій з криптовалютами в Україні, розроблено рекомендації щодо покращення оподаткування у сфері електронної комерції, які спрямовані на вдосконалення податкового адміністрування для суб'єктів, що здійснюють діяльність у сфері електронного підприємництва.

Разом з тим, форми і способи здійснення електронної торгівлі удосконалюються, що, відповідно, обумовлює уточнення засад їх обліку і оподаткування.

Метою статті є розкриття особливостей обліку та оподаткування інтернет-торгівлі, виявлення проблемних аспектів та викликів, пов'язаних із цифровізацією бізнес-процесів для розробки рекомендацій щодо оптимізації облікових процесів у цій сфері.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети авторами використано комплексний підхід, що передбачає застосування методів порівняння, системного узагальнення, нормативно-правового аналізу та емпіричних досліджень у сфері бухгалтерського обліку та оподаткування інтернет-торгівлі. Метод порівняння дозволив проаналізувати існуючі наукові праці та нормативно-правові акти, що регулюють облік і оподаткування в інтернет-торгівлі. Метод системного узагальнення використано для

виокремлення основних аспектів організації бухгалтерського обліку в інтернет-торгівлі, включаючи автоматизацію процесів, вибір програмних рішень. Нормативно-правовий аналіз було проведено для оцінки відповідності законодавчих вимог до ведення бухгалтерського обліку та податкового адміністрування інтернет-торгівлі. Використання методів аналізу та синтезу сприяло кращому розумінню можливостей застосування програмних продуктів для автоматизації бухгалтерського обліку, які використовуються суб'єктами господарювання, що займаються інтернет-торгівлею. Емпіричні методи дослідження застосовано для аналізу викликів, що супроводжують цифровізацію обліку інтернет-торгівлі.

Вклад основного матеріалу. Загалом, на даний час відсутній окремий нормативно-законодавчий документ, який би повністю регламентував торгівлю через інтернет-магазини. На практиці регулювання здійснюється на основі тих же документів, що стосуються інших видів торгівлі, за винятком кількох спеціальних нормативних актів. Зокрема, Закон України «Про електронну комерцію» [14] встановлює організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, визначає порядок вчинення електронних правочинів та регулює відносини між учасниками цієї сфери. Він містить визначення електронної комерції як відносин, спрямованих «... на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, унаслідок чого в учасників відносин виникають права та обов'язки майнового характеру» [14]. Цей закон містить визначення інтернет-магазину як засобу для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину.

О.О. Гайдукова досліджувала дефініцію «електронна торгівля» у поєднанні із термінами «електронна комерція», «віддалена торгівля», «дистанційна торгівля» [1]. Нею визначено, що під «... електронною торгівлею слід розуміти вид економічної та господарської діяльності, де об'єктом, над яким здійснюють дію, є товарообмін, купівля-продаж товарів, а також обслуговування покупців та замовників різних видів послуг за допомогою всесвітньої мережі Інтернет, і, де по завершенню електронної дії, відбувається передача права користування або права власності речовим товаром або послугою покупцеві. Електронна торгівля як економічна категорія є лише однією з складових електронної комерції та вивчає здійснення покупок за допомогою комп'ютерних Інтернет-мереж» [1]. Поглиблене розуміння меж і особливостей понять «електронна торгівля», «електронна комерція», «віддалена торгівля», «дистанційна торгівля» є важливим для удосконалення нормативного регулювання інтернет-торгівлі та існуючих підходів до обліку й оподаткування операцій, які здійснюються через онлайн-продажі.

Значимість ведення бізнесу в мережі Інтернет підсилюють умови стрімкого розвитку інформаційних технологій. На нашу думку, головним завданням успішної інтернет-торгівлі є врахування потреб різних категорій споживачів та особливостей різних видів економічної діяльності. У цьому контексті Л.В. Фрей зауважує, що інтернет-торгівля постійно розширює сферу свого впливу, охоплюючи все більше галузей. Для прикладу, вона зазначає, що у сфері туризму продаж послуг часто здійснюється дистанційно [19]. Погоджуємось з думкою дослідниці про те, що в сучасних умовах особливу роль відіграє застосування інноваційних технологічних рішень, зокрема при реалізації туристичних послуг [19, с. 60]. Також підтримуємо її ідею активного використання у цій сфері електронного інформування, онлайн-бронювання, ретаргетингу, мобільних додатків та соціальних мереж, що за доведеннями Л.В. Фрей та за позитивним досвідом сучасної практики, суттєво розширює можливості взаємодії з клієнтами, в тому числі шляхом використання таких інструментів, як контекстна реклама, SEO-оптимізація, вірусний маркетинг. Проте, на нашу думку, недостатньо покладатися виключно на цифрові методи. Події останніх років, зокрема військові дії, підтверджують можливість перебоїв в роботі Інтернету, відключення електроенергії. За таких кризових ситуацій існує загроза припинення або обмеження онлайн-операцій, мають місце ризики втрати доступу до цифрових платформ, сервісів, баз даних. Тому, вважаємо, що наскільки б ефективними та досконалими не були цифрові рішення, важливо передбачати резервні офлайн-механізми забезпечення проведення розрахунків, використовуючи автономні системи зв'язку. Окрім того, ще під час пандемії COVID-19 суспільство загалом, і управлінський персонал підприємств зокрема, усвідомили значущість та необхідність живого спілкування. Офлайн-присутність потенційних покупців, яким можна переконливо донести інформацію про якість товарів чи послуг, підсилюючи її відгуками задоволених клієнтів в реальному спілкуванні, відіграє ключову роль у формуванні довіри та лояльності покупців, розширенні обсягів збуту. До того ж, в реаліях національної практики ведення бізнесу досить ризиковано мати надмірну залежність від онлайн-інструментів. Існують інші виклики й загрози, зокрема пов'язані з кібербезпекою та захистом даних. Події останніх років на національному та глобальному рівнях засвідчують, що автоматизовані платіжні системи є вразливими для кібератак, що створює не лише ризики втрати фінансових даних, але й грошових ресурсів. Для своєчасного виявлення та усунення загроз, підтримки безперервності бізнес-процесів та захисту даних клієнтів в практиці інтернет-торгівлі впроваджують двофакторну аутентифікацію, а також здійснюють шифрування даних, актуалізується питання оперативного аудиту безпеки [3]. Регулярний аудит автоматизованих систем і резервне копіювання критичних даних на фізичних носіях необхідні, щоб уникнути помилок в

роботі бухгалтерського програмного забезпечення щодо неправильного нарахування податків, втрати даних або дублювання операцій. Отже, з одного боку, оптимальним рішенням для реалій практики є поєднання традиційних та інноваційних підходів. З іншого боку, очевидно, що бізнес, ґрунтуючись на традиційних підходах, має розвиватися відповідно до динамічних змін ринку та цифрових технологій, зокрема інтернет-торгівлі, а також адаптуватися до сучасних вимог її обліку та оподаткування.

Серед ключових особливостей, які, на нашу думку, необхідно врахувати при організації бухгалтерського обліку суб'єктів електронної комерції варто виокремити наступні: контакт продавця і покупця (має опосередкований характер), торгова площа (є віртуальною), організація господарської діяльності (відбувається через створення інтернет-магазину, реєстрацію доменного ім'я та укладання договору з провайдером). Як стверджують Н.Л. Проскуріна та А.В. Конєва ведення бухгалтерського обліку у сфері електронної торгівлі можна поділити на дві складові частини: облік витрат на створення та обслуговування інтернет-магазину та облік розрахункових операцій з покупцями та замовниками [17]. Вважаємо, що такий підхід є дещо звуженим, адже бухгалтерський облік у цій сфері охоплює й інші важливі аспекти: нарахування заробітної плати персоналу, податкові розрахунки, облік складських залишків (має також свою особливу специфіку, пов'язану з автоматизацією, логістикою й інтеграцією з маркетплейсами та надзвичайно швидкою зміною асортименту), операції з постачальниками та інше. Водночас, із масовими продажами зростає, як правило, кількість повернень товарів. Слід врахувати, що онлайн-продажі супроводжуються поверненнями товарів частіше, аніж за звичайних умов, що має, як правило, пряму залежність та суттєво впливає на облік та контроль повернень і рекламаций і, відповідно, облік витрат і доходів, податкових зобов'язань. Крім того, організація діяльності торговельного підприємства зазвичай спрямована на збільшення обсягів продажів через ефективне управління бізнес-процесами, що забезпечують реалізацію товарів відповідно до запитів споживачів, та, у свою чергу, сприяють задоволенню їх попиту та отриманню прибутку [5; 20]. У цьому контексті, важливе значення, зокрема для компаній, що представляють середній і великий сегмент інтернет-бізнесу, має управлінський облік, який: дає змогу забезпечити ефективність бізнес-процесів, здійснюючи контроль витрат, доходів і фінансових потоків, оптимізуючи логістичні й складські операції; вдосконалюючи взаємодію з постачальниками і покупцями. Усі ці операції та процеси є невід'ємною частиною ефективного управління електронною комерцією.

Інтернет як платформа для ведення бізнесу охоплює широкий спектр напрямків роботи та у переважній більшості випадків не обмежується певною географічною локацією. За умов

максимальної злагодженості усіх процесів та ефективного делегування роботи з клієнтами (зокрема, обробки дзвінків, відправки товарів або надання послуг) можна суттєво розширити аудиторію потенційних клієнтів. Безумовно, це має пряий вплив на організацію обліку. Серед ключових аспектів такого впливу є: неминучість цифровізації та формування гнучкої й автоматизованої системи обліку, інтегрованої з онлайн-системами продажів. Питання ведення обліку в інтернет-торгівлі набуває особливої актуальності, і його оптимізація за допомогою цифрових інструментів стає важливою конкурентною перевагою для підприємств у сучасних ринкових умовах. Обробка замовлень, виставлення рахунків, здійснених платежів, фіскалізація операцій в автоматизованому режимі суттєво зменшують ручну працю в обліку й унеможливають технічні помилки, а також значно підвищують рівень організації й ефективності облікового процесу. Як зазначає І.С. Ковова, діджиталізація обліку в торговій мережі сприяє точному кількісному обліку товару, зменшенню випадків розкрадання, посиленню контролю з боку персоналу, прискоренню обслуговування покупців, зниженню навантаження на продавців, а також збільшенню товарообігу та прибутку [4]. На її думку, ці фактори сприяють підвищенню конкурентоспроможності та престижу торгового підприємства. Подібного погляду дотримуються також В.Р. Шевчук і Н.І. Бабурнич, які зазначають, що кожне сучасне торговельне підприємство зіштовхується з потребою модернізації господарських процесів шляхом їх максимальної автоматизації, що зумовлено як широким асортиментом товарних позицій, так і необхідністю пришвидшення розрахунків із постачальниками та клієнтами, а також підвищенням ефективності складських операцій [21]. Отже, процеси автоматизації та цифровізації є ключовими факторами забезпечення стабільного розвитку підприємств у сфері торгівлі.

Водночас цифрова трансформація бізнесу вимагає відповідного підходу до здійснення обліку інтернет-торгівлі, оскільки вимоги до його ведення суттєво відрізняються залежно від організаційно-правової форми суб'єкта господарювання.

Відповідно до Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [12] організація та ведення бухгалтерського обліку на підприємстві є сферою відповідальності власника підприємства. Вимоги даного Закону не поширюються на фізичних осіб. Так, відповідно до пункту 296.1 статті 296 Податкового кодексу України передбачено, те що фізичні особи-підприємці – платники єдиного податку першої і другої груп та платники єдиного податку третьої групи, які не є платниками податку на додану вартість, ведуть облік у довільній формі шляхом помісячного відображення отриманих доходів [11]. Отже, ФОПи не ведуть бухгалтерський облік у загальному розумінні Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Вони можуть здійснювати облік своїх

доходів у зручній для них спосіб, проте з обов'язковим помісячним відображенням сум отриманих доходів. Однак, як показують проведені нами практичні спостереження, значна кількість суб'єктів малого бізнесу (ФОП, невеликі магазини), що займаються інтернет-торгівлею, застосовують автоматизовані інструменти, щоб забезпечити його точність і відповідність нормативним вимогам й мати необхідні дані для звітності. З одного боку, це навіть логічно: Інтернет-торгівля та цифрові рішення є взаємопов'язаними та ключовими компонентами сучасної електронної комерції. З іншого боку, на нашу думку, це пояснюється ще й тим, що вести облік вручну чи з використанням файлів Excel для обліку інтернет-магазинів з роздрібною чи оптовою торгівлею, де можуть бути різні групи товарів та їхня номенклатура, є недоречним і, навіть, непростим завданням. Адже управління товарними запасами в інтернет-торгівлі – це надзвичайно динамічний процес. Необхідно забезпечити швидку обробку замовлень, вести оперативний складський облік, облік продажів та клієнтів, а також своєчасно оновлювати інформацію не лише про наявність товару, але й забезпечувати ефективність системи ціноутворення. Крім того, важливим аспектом є контроль фінансових потоків, формування коректної податкової звітності та уникнення штрафних санкцій через некоректне відображення доходів.

Спеціалізованими програмними рішеннями, що забезпечують автоматизацію процесів управління в інтернет-торгівлі, є BAS Управління торгівлею, BAS Бухгалтерія, SAP Business One, Skynum, Торгсофт, RemOnline, Zippy CRM, Bitrix24 та ін. Проведений нами аналіз окремих функціональних можливостей цих програм дає підстави для висновку, що їхній вибір має ґрунтуватися на врахуванні низки факторів, серед яких – масштаб інтернет-бізнесу та особливості системи оподаткування: в той час як ФОПи можуть використовувати простіші хмарні CRM-системи (наприклад, RemOnline, МойСклад, Торгсофт), суб'єктам господарювання середнього та великого бізнесу необхідні надавати перевагу ERP-системам (BAS Управління торгівлею, SAP Business One, Skynum), що забезпечують можливості інтеграції з маркетплейсами, мають потужні функції для бізнес-аналітики та управління складом, вбудовані фінансові звіти для контролю витрат і доходів. Кожна система оподаткування має свої форми звітності, проте, не всі програмні продукти це підтримують. Наприклад, програма BAS Бухгалтерія підтримує різні системи оподаткування, такі як податок на прибуток з ПДВ і без ПДВ, єдиний податок (з ПДВ або без нього), а також єдиний податок для фізичних осіб-підприємців [22].

Окрім ведення бухгалтерського обліку та податкового адміністрування, важливим аспектом діяльності інтернет-магазинів є забезпечення законного проведення розрахункових операцій. Розрахунки у сфері електронної комерції можуть здійснюватися з використанням платіжних інструментів, електронних грошей, шляхом переказу коштів, оплати готівкою з

дотриманням вимог законодавства щодо оформлення готівкових та безготівкових розрахунків, а також в інший спосіб, передбачений законодавством України про платіжні послуги.

У цьому контексті застосування РРО/ПРРО є обов'язковим при здійсненні розрахункових операцій, зокрема для приймання платежів у готівковій або безготівковій формі з використанням платіжних карток. На ринку набувають все більшого поширення програмні РРО (ПРРО) – програмне забезпечення (програма, додаток, онлайн-сервіс), що встановлюється на комп'ютер, планшет або смартфон та дозволяє пристрою виконувати фіскальні функції.

Застосування РРО/ПРРО має бути обов'язковим при здійсненні розрахункових операцій. Перелік операцій регламентується Законом України від 06.07.1995 р. № 265/95-ВР «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» [15]. Відповідно до законодавчих вимог для ФОП II–IV груп спрощеної системи оподаткування з 2022 року для проведення будь-яких розрахункових операцій готівкою або картою потрібні РРО/ПРРО [15; 16]. Тобто, навіть якщо інтернет-магазини можуть взагалі

не мати справи з готівкою, використання РРО/ПРРО залишається для них актуальним. Якщо форма оплати замовлення підпадає під визначене в законодавстві поняття «розрахункова операція», застосування РРО/ПРРО для інтернет-магазину є обов'язковим.

Важливим аспектом є інтеграція РРО/ПРРО з бухгалтерськими програмами, які вже використовуються підприємствами. Наприклад, BAS Бухгалтерія підтримує взаємодію з програмними РРО, що дозволяє автоматизувати облік проведених операцій та спрощує підготовку фінансової звітності. Серед поширених рішень: ПРРО Cashalot, який реалізований як локальний застосунок, та ПРРО СОТА Каса – онлайн-сервіс, що може інтегруватися із системами бухгалтерського обліку.

Суб'єкт господарювання, виходячи з власних потреб, має обрати вид РРО (програмний та/або апаратний), засобами якого здійснюватиметься реєстрація розрахункових операцій, що залежатиме від специфіки бізнесу, технічних можливостей підприємства та вимог законодавства. Порівняльна характеристика РРО та ПРРО для суб'єктів господарювання (табл. 1) дозволить більш детально оцінити переваги та обмеження кожного з варіантів.

Таблиця 1. Порівняльна характеристика РРО та ПРРО для суб'єкта господарювання

Критерії	РРО	ПРРО
Вартість	вартість РРО від 6500 грн, наявні додаткові витрати на щомісячну абонентську плату, налаштування та витратні матеріали. Законом передбачено сервісне обслуговування	безкоштовно
Робота за відсутності Інтернету	в звичайному режимі	можливе використання в автономному режимі
Можливість інтеграції з іншими системами	відсутня	передбачено (наприклад, з CRM системами)
Можливість віддаленого доступу до даних	відсутня	передбачена
Додатковий захист касових операцій	не передбачено	передбачена можливість використання електронного цифрового підпису
Налаштування	передбачає укладання договору щодо обслуговування	укладання договору є необов'язковим, налаштування здійснюється з комп'ютера або відповідного мобільного пристрою
Встановлення	передбачає звернення до ДПС та ЦСО із заповненням заяви та додатків до неї. Реєстрація займає до 5 днів	онлайн реєстрація на протязі 1-2 днів
Автономність	є автономним пристроєм, який самостійно друкує паперові чеки	для друку потрібен інший пристрій
Автоматичне формування звітності для податкової	не передбачено	передбачено
Швидкість обслуговування	менша	більша
Ведення КОРО	передбачено лише для класичних РРО, на період відсутності електроенергії або виходу касового апарату з ладу	не передбачено. На період відсутності зв'язку між програмним РРО та фіскальним сервером ДПС, проведення розрахункових операцій здійснюється в режимі офлайн

Джерело: систематизовано авторами на основі [18].

Переваги використання ПРРО для бізнесу значно перевершують його недоліки: зменшуються витрати на обслуговування та ризик помилок у процесі роботи, забезпечується вищий рівень захисту даних та інтеграція з іншими бізнес-системами. Крім того, ПРРО надає можливість швидкої реєстрації при відкритті нової торгової точки, інтернет-магазину, а також зручний доступ покупців до електронних чеків.

Суб'єкти господарювання, які займаються інтернет-торгівлею, зобов'язані вказати цей вид діяльності у Єдиному державному реєстрі (ЄДР) Основним КВЕДОм для інтернет-магазинів є 47.91 – роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет. Цей клас передбачає роздрібну торгівлю, що здійснюється через компанії поштового замовлення або мережу Інтернет. Отже, при такому продажу товарів покупець обирає продукцію, орієнтуючись виключно на рекламні матеріали, каталоги, веб-сайти чи інші інформаційні ресурси. Замовлення оформлюється поштою, телефоном або онлайн (зазвичай, через спеціальні функції веб-сайту). Придбані товари можуть бути безпосередньо завантажені з Інтернету або доставлені покупцеві фізично. Обрання КВЕД 47.91 також має вплив на бухгалтерський облік та оподаткування, оскільки: передбачає обов'язкову фіскалізацію операцій через ПРРО; вимагає врахування міжнародних аспектів продажу товарів (при експорті необхідно коректно оформлювати валютні операції та ПДВ); визначає систему оподаткування для ФОП і юридичних осіб (для ФОП можливе застосування єдиного податку 2-ї або 3-ї групи, а для юридичних осіб та ФОП на загальній системі оподаткування застосовуються загальні правила). Вибір форми юридичного оформлення Інтернет-торгівлі передбачає кілька варіантів: реєстрація фізичної особи-підприємця (ФОП) або відкриття підприємства у формі ТОВ. За певних обставин простіше зареєструватися фізичною особою-підприємцем (ФОП), але практичний досвід підтверджує, що створення товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ) є гнучкішим рішенням для ведення масштабного бізнесу, оскільки передбачає інвестиції й партнерство, більші доходи та юридичний захист.

Зауважимо, що хоча КВЕД 47.91 охоплює роздрібну торгівлю будь-якими товарами через Інтернет, його може бути недостатньо для повноцінного ведення бізнесу. Наприклад, у разі надання послуг через інтернет-сайт або використання реклами для просування товарів можуть знадобитися додаткові КВЕД. Водночас Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД-2010, ДК 009:2010) містить широкий перелік інших видів діяльності, які можуть бути актуальними для функціонування інтернет-магазинів. Окрім того, КВЕД маркетплейсів і платформ оголошень відрізняється від КВЕД, який застосовують інтернет-магазини. Це пояснюється тим, що діяльність маркетплейсів передбачає адміністрування електронного торговельного майданчика, а не безпосередню реалізацію товарів чи послуг. Основним завданням власників (операторів)

маркетплейсів є забезпечення можливості продавцям розміщувати інформацію про товари та послуги, а покупцям – знаходити й використовувати цю інформацію для прийняття ними рішень про купівлю або відмову.

Загалом, організація роботи інтернет-магазину має велике значення. Зокрема, йде мова і про зручність навігації та дизайн сайту, наявність відео-/фото-матеріалів та ґрунтовної характеристики про товар, існування відгуків від клієнтів і можливість спілкування з консультантом, швидкість оформлення замовлення та його сплати [17]. Усі ці фактори мають вплив на структуру та особливості функціонування системи обліку, визначають побудову ефективної системи документування господарських операцій і забезпечують якісне управління бізнес-процесами. Зазначимо, що головна функція веб-сайту інтернет-магазину – реклама, представлення й реалізація товарів, робіт чи послуг споживачам. Водночас веб-сайт може бути визначений як самостійний об'єкт авторського права, що класифікується як складений твір. На нашу думку, правовий статус веб-сайту потребує додаткового законодавчого врегулювання, оскільки чинне законодавство (зокрема норми Закону «Про авторське право і суміжні права») не містить чіткої класифікації веб-сайту як окремого об'єкта права інтелектуальної власності. Веб-сайт можна розглядати не лише як складений твір, але і як специфічний цифровий актив. Аналізуючи норми Закону України «Про віртуальні активи» [13], який ще не набув чинності, веб-сайт має економічну цінність, може бути предметом права власності або ліцензування, підлягати відчуженню або передаватися у користування за договорами оренди. За умови, якщо веб-сайти будуть юридично визнані цифровими активами, це полегшить їх оцінку і визнання як нематеріального активу для цілей бухгалтерського обліку та з метою відображення інформації у фінансовій звітності, а також забезпечить правовий статус і механізми передачі, купівлі-продажу веб-сайтів.

Якщо веб-сторінку, яка є частиною веб-сайту, розробляють виключно або переважно для рекламування власних товарів (робіт, послуг) та стимулювання попиту на них, але суб'єкт господарювання не може продемонструвати, як саме вона генеруватиме майбутні економічні вигоди, усі витрати на її розробку визнають витратами в періоді їх понесення (параграф 69 МСБО 38 та п. 9 НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи») [8; 9]. Це пояснюється тим, що витрати на рекламу та просування продукції на ринку не визнають нематеріальним активом, а включають до витрат того звітного періоду, у якому вони були здійснені.

Водночас усі витрати на створення самого веб-сайту накопичуються на рахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів». Розроблений самостійно або придбаний сайт обліковують у порядку, передбаченому НП(С)БО 8 [9] або МСБО 38 «Нематеріальні активи» [8], на субрахунок 125 «Авторське право та суміжні з ним права».

Витрати пов'язані з функціонуванням інтернет-магазину (оренда сервера, оплата рахунків провайдера), якщо вони не впливають на первісно визначений розмір майбутніх економічних вигод,

включають до витрат звітного періоду та обліковують на рахунку 93 «Витрати на збут». Особливості відображення таких витрат у бухгалтерському обліку узагальнено в таблиці 2.

Таблиця 2. Особливості відображення в обліку витрат на створення та функціонування веб-сайту інтернет-магазину

Складова частина	Характеристика	Відображення в обліку
Доменне ім'я (домен)	Доменне ім'я – це унікальна адреса в Інтернеті. Користувачі Інтернету працюють з доменними іменами – буквено-цифровими виразами, які ідентифікують будь-який комп'ютер абонента в цій мережі	Якщо сайт класифікується як нематеріальний актив, витрати на первісну реєстрацію домена включаються до його первісної вартості. Витрати, пов'язані із продовженням права на використання домена, відносяться до витрат звітного періоду. Витрати на доменне ім'я капіталізуються лише на самому початку функціонування сайту – як витрати, пов'язані з доведенням сайту до стану, у якому він придатний для використання. Після введення сайту в експлуатацію такі витрати трактуються, як витрати, що забезпечують функціонування сайту
Послуга хостингу (хостинг)	Послуга з розміщення сайту на сервері постачальника послуг (провайдера), який має постійне підключення до Інтернету. За умов нестачі коштів або недоцільності придбання власного серверу інтернет-магазин доступний для відвідувачів	Витрати на хостинг – це витрати на обслуговування сайту (не відбувається збільшення якісних характеристик сайту, тобто вдосконалення сайту, підвищення його функціональних можливостей чи строку використання). Такі витрати відносять до витрат на оренду місця для сайту (тобто для розміщення інформації на сервері інтернет-провайдера). Якщо за продовження домена та хостинг здійснено попередню оплату, його суму спочатку відображають на рахунку 39 «Витрати майбутніх періодів», а в подальшому списують рівними частинами протягом строку дії договору
Апаратні засоби	Комп'ютерні комплектуючі, «залізо», електронні та механічні частини обчислювального пристрою, що входять до складу системи або мережі	Бухгалтерський облік залежить від виду активів
Програмні засоби	Програми, які змушують апаратну частину системи виконувати необхідні дії	Бухгалтерський облік залежить від виду активів
Створення та підтримка контенту	Текст, зображення, аудіо, відео та інші файли з будь-якими розширеннями, які розміщені на сайті	Витрати, пов'язані відносяться до витрат звітного періоду

Джерело: систематизовано авторами на основі [8; 9].

Висновки. Хоча при придбанні товарів чи послуг в мережі Інтернеті серед пересічних громадян все ще існує певний рівень недовіри до їх якості, очікування труднощів з поверненням, побоювання щодо шахрайства, інтернет-торгівля набирає все більших масштабів. Стрімке удосконалення інформаційних технологій (наприклад, застосування CRM-систем, чат-ботів, автоматизованих складів та ін.) сприяє розвитку електронної торгівлі та підвищує ефективність такого бізнесу. В той же час в умовах війни торгівля через мережу Інтернет стикається з ризиками, що пов'язані з вимкненням електроенергії і, відповідно, тимчасового обмеження доступу

покупців до сайтів, зниженням довіри населення до онлайн-покупок і зростання випадків шахрайства.

Враховуючи потреби підприємств різного масштабу та вимоги законодавства в статті розкрито особливості організації обліку та оподаткування інтернет-торгівлі, а також визначено виклики, які постають перед суб'єктами господарювання в умовах цифровізації.

Виявлено, що головним фактором розвитку інтернет-торгівлі є впровадження інноваційних цифрових рішень, що полегшують доступ покупців до товарів і послуг, а продавцям дозволяють економити кошти на утримання магазину. В той час

як малі підприємці можуть використовувати прості хмарні CRM-системи (наприклад, RemOnline, МойСклад, Торгсофт), середній та великий бізнес віддає перевагу ERP-системам (BAS Управління торгівлею, SAP Business One, Skypum), що забезпечують інтеграцію з маркетплейсами, бізнес-аналітику та управління складом, містить вбудовані фінансові звіти для контролю витрат і доходів.

Облік і оподаткування інтернет-торгівлі має свої особливості, перш за все, виходячи з розміру суб'єкта

господарювання, виду товарів і послуг, що він реалізує. Крім того, інтернет-магазини зобов'язані забезпечити законне проведення розрахункових операцій із використанням ПРО/ПРРО. Розкриті у роботі особливості відображення в обліку витрат на створення та функціонування веб-сайту інтернет-магазину, а також інші облікові та податкові аспекти формують краще розуміння організаційних засад інтернет-торгівлі в Україні в умовах воєнного стану.

4 Список використаних джерел

1. Гайдукова О. О. Теоретичні аспекти поняття «електронна торгівля». *Ефективна економіка*. 2019. № 8. <http://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.8.152>
2. Данько Т. І., Яворська Н. П. Особливості розвитку інтернет-торгівлі та порівняльна характеристика з традиційною торгівлею. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 33. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-43>
3. Кібербезпека в інформаційному суспільстві: Інформаційно-аналітичний дайджест/ за ред. О. Довгань. Державна наукова установа «Інститут інформації, безпеки і права НАПрН України». Київ. 2024. № 3(березень). 339 с.
4. Ковова І. С. Облік товарів в умовах діджиталізації. *Збірник наукових праць ДУІТ. Серія «Економіка і управління»*. 2021. Вип. 50. С. 122–129. <https://doi.org/10.32703/2664-2964-2021-50-122-129>
5. Кулик В. А. Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу: монографія. Полтава: ПУЕТ, 2017. 344 с.
6. Лега О. В. Інтернет-торгівля: облік та оподаткування. *Причорноморські економічні студії. Серія «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит»*. 2019. Вип. 43. С. 161–166. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/43_2019/29.pdf (дата звернення: 21.10.2024).
7. Легенчук С. Ф., Королюк Н. М. Методика бухгалтерського обліку процесу електронної комерції. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2010. Вип. 4. С. 321-334. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2010_4_57
8. Міжнародний стандарт фінансової звітності 38 «Нематеріальні активи». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050#Text (дата звернення: 30.11.2024).
9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р. № 242. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>
10. Панасюк В. М., Гальчак Х. Р., Босий В. А. Особливості обліку розрахунків у сфері е-комерції віртуальними активами (криптовалютою): міжнародний та вітчизняний досвід. *Бізнес Інформ*. 2023. № 2. С. 222–228. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-258-266>
11. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 10.10.2024).
12. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 11.11.2024).
13. Про віртуальні активи: Закон України від 17.02.2022 р. № 2074-IX (не набрав чинності). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20#Text> (дата звернення: 21.11.2024).
14. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 21.11.2024).
15. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995 р. № 265/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 01.11.2024).
16. Про затвердження порядків щодо реєстрації реєстраторів розрахункових операцій та книг обліку розрахункових операцій: наказ Міністерства фінансів України від 14.06.2016 р. № 547. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/%20z0918-16#Text> (дата звернення: 17.11.2024).
17. Проскуріна Н. М., Конєва А. В. Електронна комерція: особливості системи бухгалтерського обліку. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 34. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-95>
18. Різниця між ПРО і ПРРО. Дія. Бізнес: веб-сайт. URL: https://business.diia.gov.ua/entrepreneur-handbook/item/riznicya_mizh_prro_ta_prro (дата звернення: 11.11.2024).
19. Фрей Л. В. Інновації в плануванні продажу туристичного продукту та окремих послуг. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2020. № 1. С. 57-64. <https://doi.org/10.24025/2708-4949.1.2020.204089>
20. Холод С. Б., Павлова В. А. Система продажів торговельних підприємств: пошук оптимального варіанта. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-36>
21. Шевчук В. Р., Бабурнич Н. І. Інформаційне та технічне забезпечення системи обліку торговельної діяльності. *Управління змінами та інновації*. 2024. № 10. С. 56-60. <https://doi.org/10.32782/CMI/2024-10-11>
22. BAS ERP: веб-сайт. URL: <https://www.bas-soft.eu/soft/bas-corp/bas-erp/> (дата звернення: 18.11.2024).

4 References

1. Haidukova, O. (2019). Teoretychni aspekty ponjattja “elektronna torghivlja” [The theoretical aspects of concept “electronic trade”]. *Efektivna ekonomika*, 8. <http://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.8.152>
2. Danjko, T. I., Javorsjka, N. P. (2021). Osoblyvosti rozvytku internet-torghivli ta porivnjalna kharakterystyka z tradycijnoju torghivleju [Features of internet trading development and comparative characteristics with traditional trade]. *Ekonomika ta suspiljstvo*, 33. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-43>
3. Dovhan, O. (Ed.) (2024). *Cybersecurity in the information society: Information-analytical digest* (No. 3, March, p. 339). Kyiv: Institute of Information Security and Law of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine.
4. Kovova, I. S. (2021). Oblik tovariv v umovakh didzhytalizaciji [Accounting for goods in terms of digitalization]. *Zbirnyk naukovykh pracj DUIT. Serija Ekonomika i upravlinnja*, 50, 122-129. <https://doi.org/10.32703/2664-2964-2021-50-122-129>
5. Kulyk, V. A. (2017). Rozvytok bukhghaltersjkogho obliku na pidprijemstvakh elektronnoho biznesu [Development of accounting in e-business enterprises]. Poltava: PUET.
6. Legha, O. V. (2019). Internet-torghivlja: oblik ta opodatkuвання [Internet commerce: accounting and taxation]. *Prychornomorsjki ekonomichni studiji. Serija Bukhghaltersjkyj oblik, analiz ta audyt*, 43, 161–166. Retrieved from http://bses.in.ua/journals/2019/43_2019/29.pdf
7. Leghenchuk, S. F., Koroljuk, N. M. (2010). Metodyka bukhghaltersjkogho obliku procesu elektronnoji komerciji [Methodology of accounting for the e-commerce process]. *Visnyk Cherniveckogho torghoveljno-ekonomichnogho instytutu. Ekonomichni nauky*, 4, 321-334. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2010_4_57
8. International Financial Reporting Standard 38 Intangible Assets. Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050#Text
9. Ministerstvo finansiv Ukrainy. (1999). Natsionalne polozhennia (standart) bukhghalterskoho obliku 8 Intangible Assets [National Accounting Standard 8 Intangible Assets]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>
10. Panasjuk, V. M., Ghaljchak, Kh. R., Bosyj, V. A. (2023). Osoblyvosti obliku rozrakhunkiv u sferi e-komerciji virtualjnyh aktyvamy (kryptovaljutoju): mizhnarodnyj ta vitchyznjanyj dosvid [Features of accounting for settlements with virtual assets (cryptocurrency) in the field of e-commerce: the international and domestic experience]. *Biznes Inform*, 2, 222–228. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-258-266>
11. Verkhovna Rada Ukrainy. (2010). Podatkovi kodeks Ukrainy [Tax Code of Ukraine]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
12. Verkhovna Rada Ukrainy. (1999). Pro bukhghaltersjkyj oblik ta finansovu zvitnistj v Ukraini: Zakon Ukrainy [About accounting and financial reporting in Ukraine: Law of Ukraine]. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
13. Verkhovna Rada Ukrainy. (2022). Pro virtualni aktyvy: ne nabrav chynnosti: Zakon Ukrainy [On Virtual Assets: Law of Ukraine]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/go/2074-20>
14. Verkhovna Rada Ukrainy. (2015). Pro elektronnu komerciju: Zakon Ukrainy [About e-commerce: Law of Ukraine]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
15. Verkhovna Rada Ukrainy. (1995). Pro zastosuvannja rejestratoriv rozrakhunkovykh operacij u sferi torghivli, ghromadsjkogho kharchuvannja ta poslugh: Zakon Ukrainy [On the use of payment transaction registrars in the field of trade, catering and services: Law of Ukraine]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text>
16. Ministerstvo finansiv Ukrainy. (2016). Pro zatverdzhennja porjadkiv shhodo rejestraciji rejestratoriv rozrakhunkovykh operacij ta knygh obliku rozrakhunkovykh operacij [On approval of procedures for registration of registrars of settlement operations and settlement operation accounting books]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/%20z0918-16#Text>
17. Proskurina, N. M., Konjeva, A. V. (2021). Elektronna komercija: osoblyvosti systemy bukhghaltersjkogho obliku [Electronic commerce: features of the accounting system]. *Ekonomika ta suspiljstvo*, 34. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-95>
18. Dija Biznes (2024). Riznycja mizh PRO i RRO [Difference between Software Settlement Transaction Recorders and Settlement Transaction Recorders]. Retrieved from https://business.dia.gov.ua/entrepreneur-handbook/item/riznycya_mizh_pro_ta_prro
19. Frej, L. V. (2020). Innovaciji v planuvanni prodazhu turystychnogho produktu ta okremykh poslugh [Innovations in the planning of the sale of the tourist product and its individual services]. *Innovaciji ta tekhnologiji v sferi poslugh i kharchuvannja*, 1, 57-64. <https://doi.org/10.24025/2708-4949.1.2020.204089>
20. Kholod, S. B., Pavlova, V. A. (2022). Systema prodazhiv torghoveljnykh pidprijemstv: poshuk optymaljnogho varianta [Trade sales system: searching for the best option]. *Ekonomika ta suspiljstvo*, 37. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-36>
21. Shevchuk, V. R., Baburnych, N. I. (2024). Informacijne ta tekhnichne zabezpechennja systemy obliku torghoveljnoji dijalnosti [Information and technical support of the trading activity accounting system]. *Upravlinnja zminamy ta innovaciji*, 10, 56-60. <https://doi.org/10.32782/CMI/2024-10-11>
22. BAS. (2024). BAS ERP. Retrieved from <https://www.bas-soft.eu/soft/bas-corp/bas-erp/>