

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Л. В. ЧИЖЕВСЬКА, доктор економічних наук, професор
(Житомирський державний технологічний університет);

В. А. КУЛИК, кандидат економічних наук, доцент
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. *Мета статті – визначити елементи облікової політики, що повинні бути відображені у Розпорядчому документі про облікову політику підприємств електронного бізнесу відповідно до вимог чинного законодавства та потреб управління.*

Проведено аналіз основних показників, що характеризують діяльність підприємств електронного бізнесу в Україні, Європі та світі. Вивчено особливості нормативно-правового регулювання діяльності підприємств електронного бізнесу в Україні. Проведено оцінку елементів облікової політики, наведених у чинному законодавстві відповідно до потреб обліку на підприємствах електронного бізнесу.

Визначено фактори, що впливають на розвиток електронного бізнесу в Україні. Визначено основні тенденції розвитку підприємств електронного бізнесу у короткостроковій перспективі. Проведено аналіз чинного законодавства, що регламентує діяльність підприємств електронного бізнесу в Україні та встановлено низку положень, що уповільнюють розвиток підприємств цієї сфери. Розкрито перелік елементів облікової політики, що недоцільно зазначати у Розпорядчому документі про облікову політику підприємств електронного бізнесу. Наукова новизна полягає в визначенні особливостей формування облікової політики на підприємствах електронного бізнесу, діяльність яких специфічна, порівняно із підприємствами, що працюють у сфері матеріального виробництва. Визначено перелік елементів облікової політики, що повинні бути розкриті у Розпорядчому документі про облікову політику підприємств електронного бізнесу.

Ключові слова: *електронний бізнес, облікова політика підприємства, розпорядчий документ про облікову політику.*

Прийняття управлінських рішень щодо одержання максимальної вигоди від функціонування підприємства залежить не тільки від належного організаційного забезпечення, але і від інформаційного забезпечення процесу управління. Тобто в умовах ринкової економіки першочергового значення набуває наявність фактичної якісної, повної, правдивої та неупередженої облікової інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів. Таку інформацію зовнішнім і внутрішнім користувачам надає фінансова звітність, складена із ура-

хуванням обраної підприємством облікової політики підприємства.

Реформування системи бухгалтерського обліку в Україні призвело до впровадження в практику вітчизняних підприємств облікової політики, яка є сукупністю організаційно-методичних прийомів і способів ведення бухгалтерського обліку, що кожне підприємство обирає самостійно, керуючись загальноприйнятими правилами та принципами обліку, визначеними на державному рівні, та специфічними особливостями діяльності підприємства. Нормативно-правове регулювання об-

лікової політики суб'єктів господарювання в Україні (крім банків, бюджетних установ та підприємств, які відповідно до законодавства застосовують міжнародні стандарти фінансової звітності) здійснюється на підставі ПСБО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах» [3] та Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства № 635 від 27 червня 2013 р. [4].

Незважаючи на те, що зазначений нормативно-правовий акт прийнятий відносно нещодавно, його положення не повною мірою висвітлюють усі необхідні елементи облікової політики для підприємств електронного бізнесу в Україні. Цей факт можна пояснити невеликою розповсюдженістю діяльності підприємств електронного бізнесу на теренах нашої держави у той час. Проте, враховуючи стрімкий розвиток електронного бізнесу у глобальному та міжнародному масштабах, вважаємо за доцільне розглянути особливості формування та застосування облікової політики на вітчизняних підприємствах, що здійснюють свою діяльність у сфері електронного бізнесу.

Розв'язанню проблем формування та застосування облікової політики присвячено дослідження багатьох учених, а саме: Т. В. Барановська, П. Є. Житній, В. М. Жук, М. С. Пушкар, Я. В. Соколов та ін. Проблеми розвитку електронного бізнесу та електронної ко-

мерції висвітлено у працях таких учених, як: А. Д. Бойко, Д. А. Бойко, М. В. Макарова, О. В. Мельник, Є. М. Стрельчук, Т. М. Тардаскіна, Ю. В. Терешко, Р. Ю. Царьов, О. І. Шалева. Вплив інформаційних технологій на розвиток бухгалтерського обліку підприємств різних галузей економіки, у тому числі підприємств електронного бізнесу, досліджували М. М. Бенько, С. В. Івахненко, А. С. Крутова, С. Ф. Легенчук, В. О. Осмятченко, О. М. Петрук, А. В. Янчев. Водночас особливості формування та застосування облікової політики для підприємств електронного бізнесу достатнім чином не висвітлені у вітчизняних наукових дослідженнях.

Метою дослідження є визначення проблем формування та застосування облікової політики на підприємствах електронного бізнесу та визначення напрямів їх подолання з метою формування повної, правдивої та достовірної інформації про фінансовий стан і результати діяльності цих підприємств.

Визначення особливостей формування облікової політики для підприємств електронного бізнесу, на нашу думку, доцільно почати із характеристики підприємств, які належать до досліджуваного виду бізнесу. Показники, що характеризують кількість покупців, що здійснюють свої покупки через Інтернет, наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Користувачі Інтернет та он-лайн покупки, 2014 р.

Показники	Населення	Користувачі Інтернет	Інтернет-покупці
У світі			
Загальна чисельність, млн чол.	7223,0	2737,0	1139,0
Частка у загальній чисельності, %	100,0	37,9	15,8
Середні витрати одного покупця, дол. США	1,707		
У Північній Америці			
Загальна чисельність, млн чол.	478,0	290,0	196,0
Частка у загальній чисельності, %	100,0	60,7	41,0
Середні витрати одного покупця, дол. США	2,674		
У Латинській Америці			
Загальна чисельність, млн чол.	394,0	221,0	87,0

Продовж. табл. 1

Показники	Населення	Користувачі Інтернет	Інтернет- покупці
Частка у загальній чисельності, %	100,0	56,1	22,1
Середні витрати одного покупця, дол. США	0,428		
У Азійсько-Тихоокеанському регіоні			
Загальна чисельність, млн чол.	5096,0	1608,0	523,0
Частка у загальній чисельності, %	100,0	31,6	10,3
Середні витрати одного покупця, дол. США	1,427		
У Європі			
Загальна чисельність, млн чол.	816,0	565,0	264,0
Частка у загальній чисельності, %	100,0	69,2	32,4
Середні витрати одного покупця, дол. США	1,828		
У країнах Східної Європи			
Загальна чисельність, млн чол.	248,0	129,0	38,0
Частка у загальній чисельності, %	100,0	52,0	15,3
Середні витрати одного покупця, євро	0,642		
В Україні			
Загальна чисельність, млн чол.	45,2	17,2	3,4
Частка у загальній чисельності, %	100,0	38,0	7,5
Середні витрати одного покупця, євро	0,662		

Джерело: складено за даними Global B2C E-commerce Report 2015 (<http://www.ecommerce-europe.eu/>).

На підставі наведених даних можна стверджувати, що розвиток електронного бізнесу у світі тісно пов'язаний із можливістю доступу населення до мережі Інтернет. Частка населення, що має доступ до он-лайн ресурсів, 2014 р. становила 37,9 %. Водночас у більш розвинених регіонах, зокрема Європі та Північній Америці, питома вага населення, що має доступ до глобальної мережі, перевищила 60 %, та дорівнювала 69,2 та 60,7 % відповідно. Одночасно зі зростанням населення, що користується Інтернетом, зростає кількість он-лайн покупців. У Північній Америці та Європі цей показник знаходився на рівні 41,0 % та 32,4 % відповідно. Наступним фактором, що вплинув на можливість здійснювати он-лайн покупки, була платоспроможність населення, зокрема у економічно-розвинених регіонах середні витрати на одного покупця склали у Північній Америці – 2,674 дол. США; Європі – 1,828 дол. США; Азійсько-Тихоокеанському регіоні – 1,427 дол. США.

В Україні питома вага користувачів Інтернету майже дорівнювала середньому показнику у світі – 38 %, тоді як активність он-лайн покупців була удвічі нижчою – на рівні 7,5 %, ніж аналогічний показник у світі. Середні витрати на одного покупця майже на дві третини нижчі, ніж аналогічний показник у світі.

Отже, вітчизняні покупці мають технічну можливість здійснювати он-лайн покупки, враховуючи частку користувачів Інтернетом у загальній чисельності населення, проте є окремі стримуючі фактори, що знижують їх активність як покупців. До основних, на нашу думку, належать низька купівельна спроможність населення та недостатній розвиток електронного бізнесу в Україні.

До факторів, що стримують розвиток електронного бізнесу в Україні, вчені зараховують недостатню розвиненість он-лайнових засобів платежів; національні традиції ставлення до праці, які призводять до невміння

швидко, якісно й ефективно обробляти замовлення в мережі; відсутність у Uanet цікавих локальних контент-ресурсів [5]. Водночас основним стримуючим чинником залишається відсутність законодавства, яке б повністю регулювало основні аспекти діяльності підприємств електронного бізнесу.

Нормативно-правового акта, у якому було б визначення поняття «електронний бізнес», в Україні поки що не існує, проте прийнято Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 № 675-VIII [1], що регламентує такі поняття, як «електронна комерція», «електронна торгівля» тощо. Згідно із зазначеним нормативно-правовим актом:

1) електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав і обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, унаслідок чого в учасників таких відносин виникають майнові права та обов'язки;

2) електронна торгівля – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем;

3) суб'єкт електронної комерції – суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, що реалізує товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, або особа, яка придбаває, замовляє, використовує зазначені товари, роботи, послуги шляхом вчинення електронного правочину.

Водночас у Європі поняття «електронного бізнесу» є більш звуженим і здебільшого регламентованим. Зокрема, розроблені стандарти GOMSEC (Global Online Measurement Standard for B2C E-commerce) забезпечують визначення основних принципів функціонування електронного бізнесу, їх призначення вимірювання та відстеження стану та тенденцій електронного бізнесу (B2C) у послідовній і стандартизованій формі. Відповідно до зазначених стандартів, електронний бізнес – це будь-який B2C контракт щодо продажу товарів або послуг, повністю або частково укладений за допомогою інформаційно-комунікаційних систем, які включають засоби, що можуть бути використані для комунікації та укладання договору між покупцем і продавцем без необхідності знаходження в одному місці в один час. Стандартами GOMSEC передбачено галузі та сектори, включені до електронного бізнесу (B2C) (табл. 2).

Таблиця 2

Товари та послуги, що реалізують і надають підприємства електронного бізнесу (B2C) відповідно до Стандартів GOMSEC

Вид товару/послуги	Складові
Товари, що реалізуються у сфері електронного бізнесу (B2C)	
Одяг, взуття, аксесуари	Одяг (верхній одяг, нижня білизна, купальники, одяг для сну, панчішні вироби) Взуття та аксесуари
Спорт і товари для спорту	Спортивний одяг, аксесуари, тренажери тощо
Іграшки	Іграшки для розваг і розвитку
Продукти харчування	Продукти харчування Алкогільні та безалкогольні напої
Табачні вироби	Сигарети, сигари тощо
Косметика та засоби догляду	Косметика, засоби особистої гігієни, мийні засоби та побутова хімія
Електроніка	Фото-, аудіо-, відеоапаратура Електронні пристрої для автомобіля (наприклад, навігатори, аудіосистеми) ІТ-обладнання (ПК, ноутбуки, планшети)

Продовж. табл. 2

Вид товару/послуги	Складаві
Електроніка	Програмне забезпечення Музичні інструменти Мультифункціональні пристрої USB-накопичувачі, картриджі, аксесуари
Мобільні телефони та аксесуари до них	Смартфони Телефакс Телефонні пристрої Автовідповідачі Аксесуари для мобільних телефонів
Товари для дому та саду	Меблі, штори, коврове покриття, товари для догляду за садом тощо
Медіа та розваги	Музичні та відеофайли Комп'ютерні ігри тощо
Інше	Книги, електронні книги
Послуги, що надаються у сфері електронного бізнесу (B2C)	
Квитки на масові заходи	Квитки на масові заходи, у тому числі спортивні ігри, концерти (крім авіаквитків)
Подорожі	Авіаквитки Бронювання готелю Пакети туристичних послуг
Товари та послуги, що не включені до електронного бізнесу (B2C)	
Угоди між приватними особами/споживачами (C2C) (аукціони, ринки) Операції між підприємствами (B2B) Онлайн азартні ігри та гральний бізнес Будинки та нерухомість Комунальні послуги (наприклад, водопостачання, опалення, електрика) Іпотека, кредити, кредитні карти, овердрафти Ощадні рахунки, фонди, акції, облігації, страхування життя, пенсії Індустрія розваг для дорослих	

Джерело: складено за даними Global B2C E-commerce Report 2015 (<http://www.ecommerce-europe.eu/>).

З одного боку, така конкретизація звужує межі електронного бізнесу, а з іншого – дозволяє його регламентувати та покращити умови його ведення. Імплементация зазначених сфер електронного бізнесу у вітчизняному законодавстві дозволила б покращити правове поле регулювання бухгалтерського обліку підприємств електронного бізнесу та облікової політики, зокрема.

Підприємства, що здійснюють свою діяльність у сфері електронного бізнесу, без надання послуг у сфері страхування, могли б користуватися для регламентації облікової політики Методичними рекомендаціями щодо облікової політики підприємства № 635 від 27 червня 2013 р.

Особливо важливими аспектами зазначеного регламенту для підприємств цієї га-

лузі, що суттєво впливають на показники фінансової звітності підприємств, на нашу думку, є:

- перелік створюваних забезпечень майбутніх витрат і платежів;
- методи амортизації основних засобів, інших необоротних матеріальних активів, нематеріальних активів;
- періодичність і об'єкти проведення інвентаризації;
- перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг).

Більшість підприємств електронного бізнесу, які здійснюють свою діяльність в Україні, – це інтернет-крамниці, що реалізують різні види товарів кінцевим споживачам (<http://rozetka.com.ua>; <http://www.mobilluck>).

com.ua). Частина товарів покупці повертають, оскільки вони втратили свої споживчі властивості протягом гарантійного терміну. У таких випадках доцільно передбачити гарантійне забезпечення та їх використання протягом року. Підприємства електронного бізнесу обов'язково використовують нематеріальні активи (програмні продукти; права на торговельні марки (знаки для товарів і послуг), комерційні (фірмові) найменування тощо), тому в обліковій політиці підприємства мають використовувати прискорені методи нарахування амортизації на різні види нематеріальних активів. На підприємствах електронного бізнесу основні засоби здебільшого орендовані, тому в обліковій політиці доцільно визначити амортизацію малоцінних необоротних матеріальних активів.

Необхідним елементом облікової політики підприємств електронного бізнесу, особливо інтернет-крамниць, є періодичність і об'єкти проведення інвентаризації. Інвентаризація повинна забезпечувати достовірну інформацію про стан і наявність товарів у інтернет-крамниці на конкретний момент часу. Для підприємств, що надають послуги в межах здійснення діяльності в електронному середовищі, обов'язковим елементом облікової політики, що повинен відображатися у розпорядчому документі, є перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг).

Враховуючи те, що облік на підприємствах електронного бізнесу повністю автоматизовано, підприємства автоматично втрачають окремі альтернативи щодо певних елементів облікової політики. Зокрема, такі підприємства застосовують виключно метод оцінки вибуття запасів – за ідентифікованою собівартістю; визначення одиниці аналітичного обліку запасів здійснюється за їх найменуваннями; оскільки реалізація товарів покупцям здійснюється на умовах передплати, використання методу обчислення резерву сумнівних боргів (у разі потреби – спосіб визначення коефіцієнта сумнівності) не завжди є необхідним елементом облікової політики. Використання спеціалізованих програмних продуктів для ведення бухгалтер-

ського обліку та складання фінансової звітності забезпечує можливість складання Звіту про рух грошових коштів за обома методами одночасно, тому вибір зазначеного елементу облікової політики залишається на розсуд підприємства та є, на нашу думку, несуттєвим.

Підприємства електронного бізнесу, що надають страхові послуги, складають розпорядчий документ про облікову політику відповідно до вимог міжнародних стандартів. Підходи до створення та застосування облікової політики визначено Міжнародним стандартом бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» [2]. Метою МСБО 8 є визначення критеріїв до обрання та змінювання облікових політик разом із обліковим підходом і розкриттям інформації про зміни в облікових політиках, зміни в облікових оцінках і виправлення помилок. Стандарт призначено для підвищення доречності та достовірності фінансової звітності суб'єкта господарювання та зіставності такої фінансової звітності через певний час, а також для зіставності із фінансовою звітністю інших суб'єктів господарювання. Відповідно до МСБО 8, облікові політики – це конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб'єктом господарювання під час складання та подання фінансової звітності. Зазначений стандарт не передбачає конкретних елементів облікової політики щодо підприємств різних галузей і містить посилення на міжнародні стандарти фінансової звітності, що регламентують облік окремих об'єктів. До Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) належать: Стандарти та Тлумачення, видані Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (РМСБО). Вони охоплюють: а) Міжнародні стандарти фінансової звітності; б) Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку; в) Тлумачення КТМФЗ; г) Тлумачення ПКТ. Отже, для формування розпорядчого документа про облікову політику підприємств електронного бізнесу необхідно використати інформацію усіх МСФЗ, що регламентують облік типових і специфічних господарських операцій.

Враховуючи те, що електронний бізнес в Україні є відкритим для зарубіжних компаній, які керуються при веденні обліку Міжнародними стандартами бухгалтерського обліку, в майбутньому більшість вітчизняних компаній, розширюватимуть свою діяльність за межі України, а отже, будуть змушені перейти на міжнародні стандарти та формувати облікову політику відповідно до їх вимог.

Бурхливий розвиток інформаційних технологій і глобалізаційні зміни у світі стали основними передумовами виникнення та розвитку нового виду бізнесу – електронного. Електронний бізнес є видом ділової активності з використанням глобальної інформаційної мережі Інтернет для модифікації внутрішніх і зовнішніх зв'язків підприємства з метою одержання прибутку. Важливу роль у покращенні ефективності діяльності підприємств електронного бізнесу в Україні відіграє удосконалення чинної нормативної бази, що регламентує облікову політику підприємств досліджуваної галузі. Враховуючи повну автоматизацію облікового процесу на підприємствах електронного бізнесу, окремі елементи облікової політики підприємства, визначені законодавством, набувають особливої актуальності, тоді як інші втрачають свою значимість. Складання окремими підприємствами електронного бізнесу фінансової звітності за Міжнародними стандартами зумовлює необхідність визначення переліку елементів облікової політики, які потрібно розкрити у розпорядчому документі про облікову політику.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>. – Назва з екрана.
2. МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» від 01.01.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_020. – Назва з екрана.
3. ПСБО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах» від 28.05.1999 № 137 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0392-99>. – Назва з екрана.
4. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства від 27.06.2013 р. № 635 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article/main?art_id=382876&cat_id=293537&search_param=%EE%E1%B3%E3&searchPublishing=1. – Назва з екрана.
5. Навчально-методичний комплекс з курсу «Електронна комерція» (для студ. напрямку підготовки 6.030601 «Менеджмент» IV курсу денної та заочної форми навч.) / укл.: О. В. Новак. – Алчевськ : ДонДТУ, 2010. – 120 с.

REFERENCES

1. Pro elektronnu komertsiyu: Zakon Ukrainy vid 03.09.2015 № 675-VIII [About Electronic Commerce: Law of Ukraine]. Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
2. MSBO 8 «Oblikovi polityky zminy v oblikovykh otsinkakh ta pomylky» [IAS 8 «Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors»]. Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_020.
3. PSBO 6 «Vypravlennya pomylok i zminy u finansovykh zvitakh» [Correction of errors and changes in the financial statements]. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0392-99>.
4. Methodychni rekomendaziyi shchodo oblikovoyi polityky pidpryyemstva [Methodical recommendations on accounting policy of the company]. Available at: http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article/main?art_id=382876&cat_id=293537&search_param=%EE%E1%B3%E3&searchPublishing=1.
5. Novak O. V. Elektronna komertsia [Electronic commerce]. Alchevsk: DonDU, 2010. 120 p.

Л. В. Чижевская, доктор экономических наук, профессор (Житомирский государственный технологический университет); **В. А. Кулик**, кандидат экономических наук, доцент (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Проблемы формирования учетной политики предприятий электронного бизнеса в Украине.**

Аннотация. Цель статьи – определить элементы учетной политики, которые должны быть отражены в Распорядительном документе об учетной политике предприятий электронного бизнеса в соответствии с требованиями действующего законодательства и потребностей управления.

Проведен анализ основных показателей, характеризующих деятельность предприятий электронного бизнеса в Украине, Европе и мире. Изучены особенности нормативно-правового регулирования деятельности предприятий электронного бизнеса в Украине. Проведена оценка элементов учетной политики, приведенных в действующем законодательстве в соответствии с потребностями учета на предприятиях электронного бизнеса.

Определены факторы, влияющие на развитие электронного бизнеса в Украине. Определены основные тенденции развития предприятий электронного бизнеса в краткосрочной перспективе. Проведен анализ действующего законодательства, регламентирующего деятельность предприятий электронного бизнеса в Украине, и установлен ряд положений, замедляющих развитие предприятий данной сферы. Раскрыт перечень элементов учетной политики, что нецелесообразно указывать в Распорядительном документе об учетной политике предприятий электронного бизнеса. Научная новизна заключается в определении особенностей формирования учетной политики на предприятиях электронного бизнеса, специфическая деятельность которых отличается от деятельности предприятий, работающих в сфере материального производства. Определен перечень элементов учетной политики, раскрываемые в Распорядительном документе об учетной политике предприятий электронного бизнеса.

Ключевые слова: электронный бизнес, учетная политика предприятия, распорядительный документ об учетной политике.

L. Chyzhevskya, Dc. Econ. Sci., Professor. (Zhytomyr State Technological University); **V. Kulyk**, Cand. Econ. Sci., Docent (Poltava University of Economics and Trade). **Problems of accounting policy formation on e-business enterprises at Ukraine.**

Summary. The elements of accounting policy have been determined in the article. These elements have been included in e-business enterprises administrative documents of the accounting policies according to its legislation and management needs.

The main indicators of e-business activity in Ukraine, Europe and worldwide have been compared. The peculiarities of legal regulation of e-business activity in Ukraine have been defined. The elements of the accounting policy have been evaluated in accordance with legislation and management requirements concerning accounting at e-business enterprises.

The development factors of e-business in Ukraine, Europe and the world have been outlined. The basic development trends of e-business enterprises in short-term perspective have been defined. The current legislation concerning e-business activity has been analyzed and a range of factors which slow down e-business in Ukraine has been figured out. The list of accounting policies which are inappropriate for specifying in administrative documents on accounting policy of e-business enterprises has been disclosed. The peculiarities of e-business accounting policy as one of the most difficult scientific problems which cannot be described with the help of existing accounting concepts have been developed. The list of accounting policy elements which should be included in administrative documents on accounting policy of e-business enterprises has been disclosed.

Keywords: e-business, accounting policy, administrative documents on accounting policies.