

М. С. Пономарева
кандидат экономических наук
БГЭУ (Минск)

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ МАРКЕТПЛЕЙСЫ: БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ У МАРКЕТПЛЕЙСА

В настоящее время одним из самых успешных сегментов рынка электронной торговли является торговля на маркетплейсах. Маркетплейс – это платформа электронной коммерции, интернет-магазин электронной торговли, предоставляющий информацию о товаре или услуге третьих лиц [1]. Наибольшее распространение в Республике Беларусь получили такие маркетплейсы, как Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, AliExpress. Несмотря на достаточную популярность данной формы торговли, документальное оформление и бухгалтерский учет расчетных операций между продавцом товаров и маркетплейсом вызывают много вопросов. Остановимся на некоторых из них.

Маркетплейс не является собственником товаров, которые получает от продавца, поэтому бухгалтерский учет товаров, полученных маркетплейсом от продавца, может быть организован, например, на забалансовом счете 004 «Товары, принятые на комиссию». Так как в настоящее время происходит постоянное увеличение продаж на маркетплейсах, в целях обеспечения сохранности товаров, обособленного их учета считаем целесообразным предусмотреть открытие отдельного забалансового счета.

Реализация маркетплейсом товаров покупателям обуславливает необходимость их списания с забалансового счета и одновременно формирования задолженности перед продавцом в размере стоимости реализованных товаров (расчеты с продавцом товаров могут быть организованы на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»). Поскольку реализация товаров через маркетплейсы осуществляется с использованием сети Интернет через интернет-магазин или платформу электронной торговли, оплата товаров покупателями производится как с использованием банковских платежных карточек (наиболее распространенный вариант в Республике Беларусь), так и с использованием кассового оборудования и платежных терминалов, что обуславливает необходимость применения соответствующих счетов учета денежных средств, в частности счета 57 «Денежные средства в пути». Денежные средства, которые маркетплейс получает от покупателей, не являются его доходом. Выручкой маркетплейса является вознаграждение, размер которого предусмотрен в договоре возмездного оказания услуг, а также дополнительная выгода, которую маркетплейс может получить при реализации товаров покупателям на более выгодных для себя условиях.

Отдельно внимание следует уделить расходам, возникающим при реализации товаров через маркетплейсы. Так, при продаже товаров на маркетплейсах могут возникать различные расходы, например, расходы на сбор, доставку, хранение товаров и др. Расходы маркетплейса, подлежащие по условиям договора возмещению продавцом товаров, следует отражать на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

Таким образом, были рассмотрены отдельные вопросы бухгалтерского учета реализации товаров на маркетплейсах (с позиции маркетплейса). Даны рекомендации в части отражения на счетах учета операций по поставке товаров маркетплейсу, их реализации, получению маркетплейсом оплаты от покупателей, а также по возмещаемым расходам.

Список использованных источников

1. Котлов, В. П. Маркетплейсы: увеличиваем продажи, повышаем прибыль / В. П. Котлов. – СПб. : Питер Прогресс книга, 2023. – 219 с.