

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Научная статья

УДК 631.162

doi: 10.46845/2073-3364-2026-0-3-134-145

Развитие учетных механизмов на предприятиях, осуществляющих торговую деятельность в сфере онлайн-продаж

Екатерина Сергеевна Шапорева

ИНОТЭКУ ФГБОУ ВО "КГТУ", Калининград, Россия

ekaterina.shaporeva@klgtu.ru

Аннотация. Современный бухгалтерский учет сталкивается с необходимостью адаптации под обновлённые направления ведения бизнес-процессов, основанных на всеобщей цифровизации, применении искусственного интеллекта и развитии интерактивных форм управления. Наиболее ощутимое влияние данные процессы оказывают на предприятия сферы торговли. В статье отражены отличительные особенности ведения учета и формирование данных у предприятий, осуществляющих торговую деятельность, через онлайн-площадки. Проведена оценка динамики развития отрасли В2С-торговли, с прогнозированием основных показателей на последующие отчетные периоды. В результатах работы были предложены направления оптимизации учетных процессов, отражающих торговые операции на бухгалтерских счетах, а также внедрение IoT-технологии мониторинга движения товаров от продавца к покупателю.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, маркетплейс, торговля, мониторинг, анализ, прогноз, продажи.

Для цитирования: Шапорева Е. С. Развитие учетных механизмов на предприятиях, осуществляющих торговую деятельность, в сфере онлайн-продаж // Балтийский экономический журнал. 2026. № 3(55). С. 134-145. <https://doi.org/10.46845/2073-3364-2026-0-3-134-145>

Development of accounting mechanisms at enterprises engaged in trading activities in the field of online sales

Ekaterina S. Shaporeva

INOTEKU Kaliningrad State Technical University, Kaliningrad, Russia

ekaterina.shaporeva@klgtu.ru

Abstract. Modern accounting is faced with the need to adapt to new business processes based on universal digitalization, the use of artificial intelligence and the development of interactive forms of management. These processes have the most significant impact on trade enterprises. The article reflects the distinctive features of accounting and data generation for enterprises engaged in trading activities through online platforms. The dynamics of the development of the B2C trading industry has been assessed, with the prediction of key indicators for subsequent reporting periods. As a result of the work, the directions for optimizing accounting processes for reflecting trade transactions on accounting accounts, as well as the introduction of IoT technologies for monitoring the movement of goods from the seller to the buyer, were proposed.

Keywords: accounting, marketplace, trade, monitoring, analysis, forecast, sales.

For citation: Shaporeva E. S. Development of accounting mechanisms at enterprises engaged in trading activities in the field of online sales // Baltic Economic Journal. 2026;3(55):134-145. (In Russ.). <https://doi.org/10.46845/2073-3364-2026-0-3-134-145>

Введение

Объем онлайн-операций, в сфере торговли, занимают все более обширные ниши и сферы влияния, замещая в некоторых областях офлайн-направления продаж, вынуждая компании переходить в цифровое поле торговли, сосредоточенное на различных торговых площадках – маркетплейсах.

По данным статистических исследований, на 2025 год Россия занимает 5 место в топе стран по объему онлайн-продаж, с показателями в 161 млрд. долларов оборота, в онлайн-торговле. Первое место занимает Китай с показателем в 2 560 млрд. долларов¹.

В работах иностранных авторов [1, 2, 3] прослеживается общая тенденция наращивания торговых операций, на площадках маркетплейса. Такая динамика связана с выбором позиции, при которой покупатель стремиться минимизировать свои расходы, за счет исключения из цены товара затрат связанных с оплатой арендных платежей, услуг консультантов, продавцов, посредников. Формирование актуальной, обоснованной, объективной учетной информации, в стремительно развивающейся отрасли, возможно только при непрерывном совершенствовании учетных механизмов, за счет внедрение инновационных технологий и методик учета, что и стало целью данного исследования.

¹ Агентство маркетинговых исследований Data Insight: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2026

Материалы и методы

Исследуя деятельность торговых организаций, в сфере онлайн-продаж, необходимо опираться на корреляционный, регрессивный, кластерный анализ и показатели статистики. Согласно общедоступным данным Росстата¹ объем оборота, в розничной торговле, через Интернет, в России, за последние 3 года находится в постоянной положительной динамике, которую можно проследить на рисунке 1. Тенденция наращивания наблюдается как по объемам заказов потребителей, так и по величине выручки у основных игроков рынка онлайн-продаж, таких как Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет. Отдельно необходимо отметить значительный скачок продаж в 2025 году, такая тенденция обусловлена переходом потребителя из офлайн-покупок в онлайн-торговлю за счет повышения доверия к B2C-платформам, удобства совершения покупок, снижения рисков потери товаров при транспортировке, а также за счет того, что процесс доставки имеет замкнутый цикл внутри торговой платформы. Общий рост онлайн-торговли отразился и на объемах оборота операций у продавцов (селлеров), так в 2025 году данный показатель составил более 6 трлн. рублей и прогноз на 2026 год позволяет говорить о наращивании данного показателя более чем на 50 %.

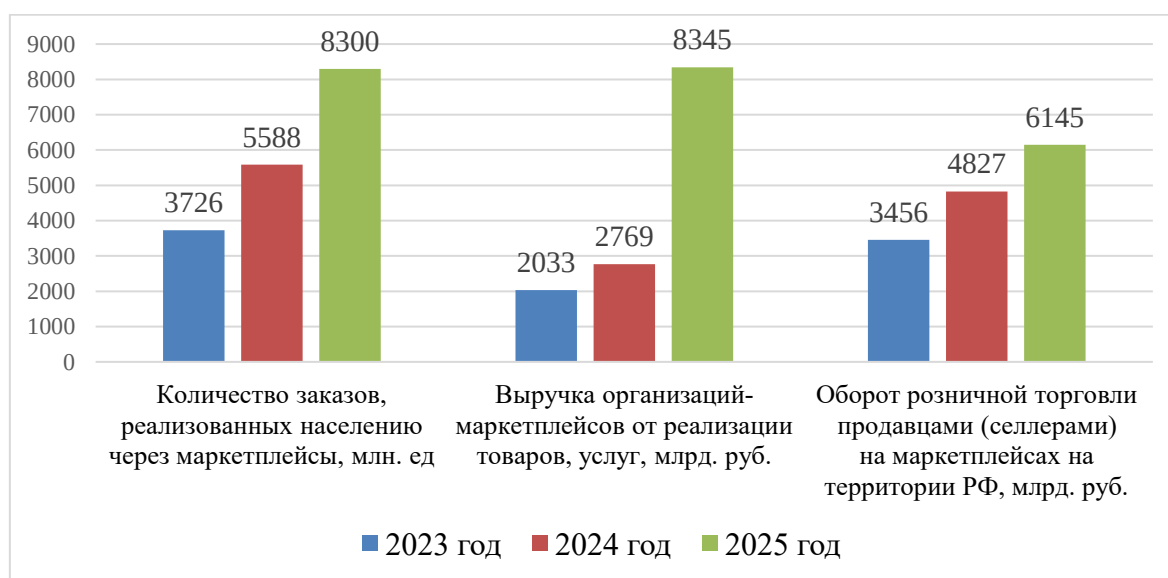


Рисунок 1 – Динамика объемов продаж в розничной торговле, через Интернет, в России

Figure 1 - Dynamics of sales volumes in retail trade, via the Internet, in Russia
Источник: ЕМИСС/Росстат

Непряхина Т. М. и Сагынбай, К. М. [8, 10], в своих трудах, сходятся во мнении, что работа маркетплейса представляет собой рецепцию комиссионных продаж, через интенсификацию основных признаков и механизмов торговли, без

¹ Сведения о деятельности маркетплейсов. Информационный ресурс ЕМИСС/Росстат. https://rosstat.gov.ru/storage/document/document_form/form/2026-02/26/0614041.doc

перехода права собственности на реализуемый товар, но при этом оставаясь в рамках Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ¹.

Агент (площадка) в ходе осуществления своей деятельности генерирует целый спектр основных и сопутствующих услуг, их основной перечень схематично представим на рисунке 2. В зависимости от объема торговых операций, видов продаваемых товаров, направлений деятельности, компании - продавцы могут использовать лишь часть предлагаемых услуг, а могут делегировать всю операционную деятельность маркетплейсу и стать максимальным потребителем его услуг.



Рисунок 2 – Обобщенный перечень услуг, оказываемых торговыми онлайн площадками

Figure 2 – A generalized list of services provided by online trading platforms

Составлено автором

Следует отметить большое количество работ, включая [9, 11, 12], в которых рассматриваются виды налоговых режимов, применяемых торговыми компаниями. Обобщенная характеристика используемых систем налогообложения, продавцами на маркетплейсах, представлена в таблице.

¹ Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 28.12.2025) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2026) <http://www.kremlin.ru/acts/bank/30456>

Таблица – Характеристика систем налогообложения компаний – селлеров

Table – Characteristics of the tax systems of seller companies

Режим налогообложения	Характеристика торговой компании	Налоговые ставки	Применение НДС
Общая система налогообложения (ОСН)	Применяется крупными игроками рынка, имеющие эксплицитные функции производителя и продавца. Торговая деятельность на онлайн-платформах является для таких компаний сопутствующей сферой и лишь одним из видов используемых направлений реализации. Продвижение товаров, у данных продавцов, осуществляется торговой площадкой, все услуги максимально коррелируются с маркетплейсом.	налог на прибыль 25 %	22 % 10 % 0 %
Упрощённая система налогообложения (УСН) ¹	Данный налоговый режим максимально распространён у онлайн-продавцов, поскольку позволяет минимизировать налоговое бремя и упростить формирование бухгалтерской отчетности и первичной документации.	Доходы – 6 % Доходы минус расходы – 15 %	5 % - пред. доход > 20 млн. руб., но < 250 млн. руб. 7 % - пред. доход > 250 млн. руб., но < 450 млн. руб.
Автоматизированная упрощённая система налогообложения (АУСН)*	Используется микропредприятиями торговли, с количеством работников не более 5 человек. Селлер освобождается от обязанности предоставления налоговых деклараций в налоговые органы и весь функционал по обеспечению ведения налогового учета, переводится на уполномоченную кредитную организацию, которую налогоплательщик выбирает сам и оформляет с ней всю необходимую разрешительную документацию.	Доходы – 8 % Доходы минус расходы – 20 %	Аналогично УСН
Налоговый профессиональный доход (НПД)	Продавцы товаров на онлайн-площадках используют данный налоговый режим без оформления компании – юридического лица. Регламентируется Федеральным законом от 27.11.2018 № 422-ФЗ ² . Применяются продавцами индивидуальных, эксклюзивных товаров, микро-серийного производства.	4 % для физ. лиц и 6 % для ИП	Не облагается

Составлено автором

* Регламентируется Федеральным законом от 25.02.2022 №17-ФЗ³. Налоговый режим доступен для применения с 01.01.2025 года, во всех субъектах Российской Федерации (ранее, с 2022 года, применение данного режима проводилось в виде эксперимента только в г. Москве, Московской и Калужской областях, а также Республике Татарстан).

¹ Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 20.02.2026, с изм. от 22.04.2026) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2026) <https://www.nalog.gov.ru/html/nk.htm>

² Федеральный закон от 27.11.2018 № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» <http://publication.pravo.gov.ru/document/view/0001201811270056>

³ Федеральный закон от 25.02.2022 №17-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Автоматизированная система налогообложения» <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201112070017>

Одной из центральных, индивидуальных отличий выбираемых учетных режимов, для осуществляемой деятельности, является процесс обеспечения документооборота предприятия, выбор основных видов бухгалтерской первичной документации [4]. Работа продавцов в онлайн-торговле предполагает использование следующих форм документов, предоставляемых торговой площадкой (маркетплейсом):

- отчет о продажах с указанием: наименования проданных товаров; объема продаж; сроков реализации; сумм сделок; объема возвратов;

- универсальный передаточный документ (УПД), который включает в себя элементы счет-фактуры, накладной, акта и других первичных документов. Использование данного вида учетной документации не подойдет компании если необходим отдельный первичный документ, входящий в структуру универсального. Например, если происходит торговая сделка с алкогольной продукцией (требуется отдельная товарно-транспортная накладная), а также для учета НДС с аванса (требуется отдельная счет-фактура). Этот документ не имеет унифицированной формы, носит только рекомендательный характер. Обязательные реквизиты должны присутствовать, но сам документ может быть видоизменен и сформирован в соответствии с требованиями и спецификой работы компании. Универсальный передаточный документ должен быть утвержден в учетной политике.

- товарно-транспортная накладная, счет-фактура, акты, накладные, если не применяется УПД;

- акт об выполненных услугах доставки, упаковки, хранения;

- акты сверки, акты расшифровки, акты расхождения;

- акт зачета взаимных требований, оформляется если комиссию за свои услуги маркетплейс удерживает самостоятельно.

Отличительной особенностью учета торговых операций, на маркетплейсах, является признание доходов. Доходы признаются строго в момент поступления денежных средств на расчетный счет, а не в момент отгрузки.

Описав семантику осуществления деятельности компаний-продавцов, на онлайн-площадках, сосредоточимся на особенностях отражения учетных операций, выделив основные методики формирования бухгалтерских записей и составления финансовых отчетов.

Можно выделить ключевые учетные аспекты, характерные для онлайн торговли, со стороны продавца. В большинстве случаев, учет реализации товаров ведется с использованием счета 45 «Отгруженные товары».

Выручка от продаж разделяется на два потока:

- выручка от продажи товаров формирующаяся на счете 76. Субсчет «Товары»;

- комиссия агенту, формирующаяся на счете 76, субсчет «Комиссия».

В бухгалтерском учете продавца превалирует бивалентное формирование бухгалтерские записей на счетах, в зависимости от организации комиссионных

выплат онлайн-платформе. Компания может самостоятельно оплачивать комиссию маркетплейсу, а может заключить договор об автоматическом удержании агентом своей комиссии. В зависимости от сделанного выбора, будет отличаться и методика учета. Бухгалтерские проводки в учете продавца, используемые для отражения фактов хозяйственной жизни, обусловленных продажей товаров на B2C-платформах представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 - Бухгалтерские проводки, в учете продавца, используемые для отражения фактов хозяйственной жизни, обусловленных продажей товаров на B2C-платформах
Figure 3 - Accounting transactions, in the seller's accounting, used to reflect the facts of economic life caused by the sale of goods on B2C platforms

Составлено автором

Отдельно необходимо описать процесс отражения в учете расходов на продажу у продавца (виды данных расходов представлены нами на рисунке 2). Все расходы на продажу отражаются на счете 44 «Расходы на продажу», в корреспонденции с счетом 76 «Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами», но при этом открывается отдельный субсчет «Расчеты с маркетплейсом».

Рассмотрев используемые механизмы учета расчетов продавца с торговой онлайн-площадкой, проявляется закономерность одностороннего применения счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», с разделением на индивидуальные субсчета и на ведение отдельного аналитического учета по данному счету. Такая позиция не является единственно-обязательной, и компания

может оптимизировать учетную деятельность за счет добавления в работу дополнительных счетов.

При наращивании торгового оборота, на онлайн-площадках, продавцу становится целесообразным использовать счет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» параллельно с счетом 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», тем самым разделяя денежные потоки и виды получаемых услуг. На наш взгляд, расчеты по комиссионным расходам целесообразно отражаться на счете 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», субсчет «Комиссия маркетплейса», а расходы, связанные с оказанием сопутствующих продажных услуг на счете 76 «Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами», субсчет «Расчеты с маркетплейсом».

Такая система учета позволит выделить основной вид затрат, которые несет торговая организация – продавец, при использовании механизмов онлайн-торговли на маркетплейсах. Дополнительные издержки обращения отделяются счетами от комиссии, что позволяет получить детальный анализ по разным видам расходов.

Отдельного рассмотрения и оптимизации требует вопрос отражения в бухгалтерском учете продавца возврата товаров. Возвращение товаров продавцу возникает по ряду причин: товар не был продан, и компания принимает решение снять его с продажи и вернуть со склада маркетплейса; товар возвращается покупателем, в связи с обнаружением брака; товар не подошёл покупателю по индивидуальным причинам; продавец отзывает товар с онлайн-площадки, для перенаправления его в другие точки торговли.

С точки зрения учета, методику отражения операций по возврату товаров рассмотрим на рисунке 4. Отличительной особенностью выступают временные отрезки возврата товаров. Отражение операций по возврату товаров, проданных в текущем отчетном периоде и возвращенном в этом же периоде или в периоде, следующем за отчетным, отличаются бухгалтерскими проводками и методиками отражения.

При возврате товаров бухгалтерские записи оформляются через методику сторнирования, используя корректировочные записи, в случае если возврат и покупка товара осуществлены в одном и том же отчетном периоде, в соответствии с ПБУ 22/2010. Если же возврат и покупка товара разорваны отчетными периодами, применяется счет 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет «Прочие расходы».

Работая в сфере онлайн-торговли, компании сталкиваются с трудностями отслеживания движения товаров, особенно при возврате товаров. Продавец становится зависимым от торговой площадки, так как большинство информации о продажах поступает через маркетплейс [6]. Одним из решений данной проблемы может стать применение IoT-устройства. IoT – это технология мониторинга, используемая для сбора данных о количестве, состоянии и условиях хранения продукции в режиме реального времени. Это помогает контролировать сроки

годности, предотвращать потери и повреждения, а также оптимизировать логистику [5].

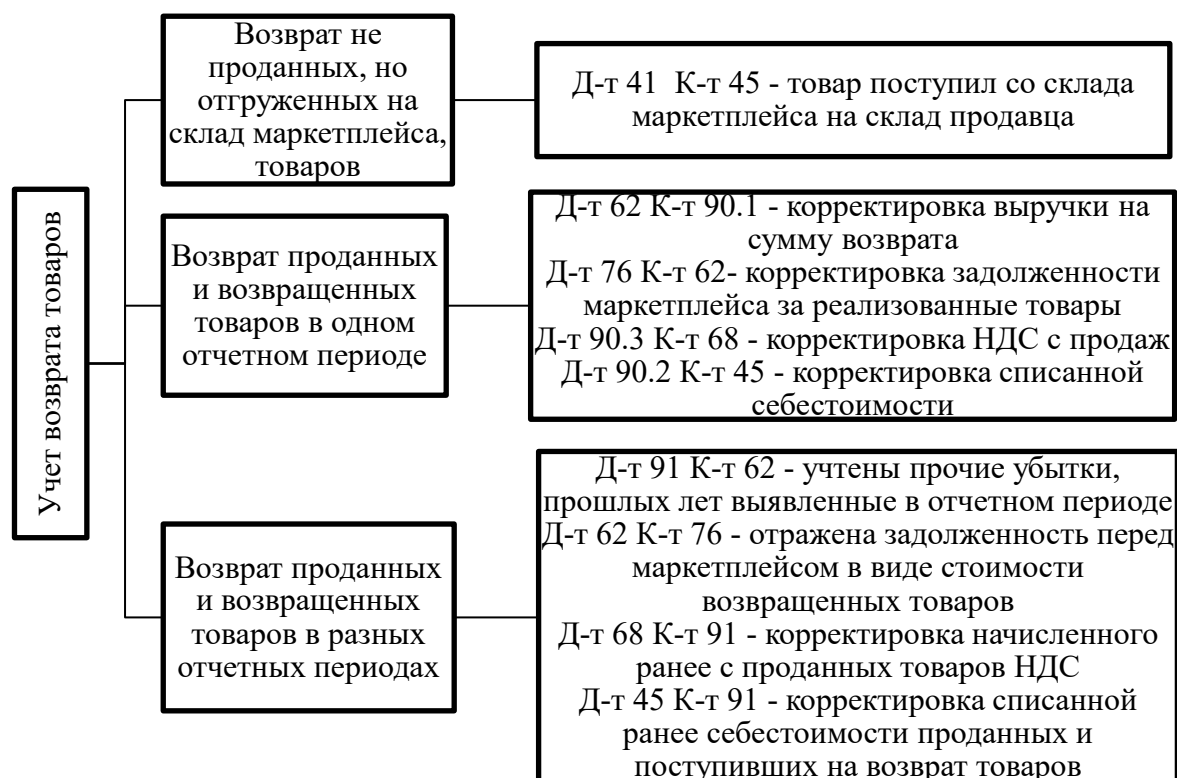


Рисунок 4 – Отражение в учете продавца возврата товара
Figure 4- The return of goods is reflected in the seller's accounting

Составлено автором

Одним из видов применения IoT-технологии может стать использование RFID-меток, которые позволяют отслеживать товары в реальном времени, на всех этапах движения товаров со склада продавца к складу онлайн-площадки и далее до конечного покупателя, в том числе при возврате. Электронная метка прикрепляется на товар и осуществляет позиционное отслеживание его движения в реальном времени. Такая метка позволяет сократить потери товаров, порчу товаров в результате неправильной транспортировки, оптимизировать управление запасами и усилить контроль за перемещением товарных позиций. IoT-мониторинг позволяет создавать персонализированные предложения для покупателей на основе их предпочтений и истории покупок, что способствует росту продаж и улучшению клиентского опыта [7].

Заключение

По итогам проведенного исследования, выделены обобщенные методы учета продаж на предприятиях, осуществляющих торговлю на онлайн-платформах. Применяемые продавцами механизмы учета сосредоточены на универсальном использовании счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» за счет его обивалентных свойств. При этом семантика

деятельности позволяет разделить денежные потоки и виды получаемых услуг за счет параллельного внедрения в работу счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», что и было предложено автором статьи. Одним из направлений повышения технологичности осуществляемых торговых операций, в исследовании, предложено применение IoT-технологии, в форме RFID-меток, позволяющих осуществлять отслеживание товаров, в реальном времени, на пути перемещения от продавца к покупателю.

Список источников

1. Sheng, F., Zhu, L., & Zhu, S. (2026). Global Resurgence of Industrial Policy: Evidence from 2023 GTA-NIPO Data. *Ekonomika regiona / Economy of regions*, 22(1), 59–72. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2026-1-51> © Sheng F., Zhu L., & Zhu S. Text. 2026.
2. Sánchez Andrés, A., & Ramírez Franco, L. D. (2025). Government Effectiveness and Economic Policy in the OECD: Convergence and Divergence (1996–2022). *Ekonomika regiona / Economy of regions*, 21(4), 963-976. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2025-4-41> © Sánchez Andrés A., Ramírez Franco L. D. Text. 2025.
3. Xu, P., & Zhao, H. (2025). Geo-Economic Priorities and Strategic Shifts in the Partnership between Russia and China in a Changing World Order. *Ekonomika regiona / Economy of regions*, 21(3), 599-609. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2025-3-2>
4. Бегишева, Н. А. Роль управленческого учета в повышении эффективности управления сельскохозяйственными предприятиями Калининградского региона / Н. А. Бегишева // Балтийский экономический журнал. – 2023. – № 4 (44). – С. 47-64. – DOI 10.46845/2073-3364-2023-0-4-47-65. – EDN GVZVZR.
5. Корчагина Д. А., Корчагина Е. В., Ромакина О. М., Арсеньева А. З. Разработка алгоритма применения искусственного интеллекта для построения прогнозов продаж в международной онлайн-торговле // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2024. – № 4. – С. 193-198. – DOI 10.56584/1560-8816-2024-4-193-198. – EDN PNJIKY.
6. Лашкова, Н. Г. Потребительский терроризм в сфере онлайн-торговли: механизмы злоупотреблений и меры противодействия / Н. Г. Лашкова // Учет и контроль. – 2026. – № 4. – С. 157-166. – DOI 10.36871/u.i.k.2026.04.01.013. – EDN GDBBMJ.
7. Маторин С. И., Гуль С. В. «Информационно-аналитическая технология будущего – интернет вещей (IOT)» // Научный результат. Информационные технологии. 2023. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-analiticheskaya-tehnologiya-buduschego-internet-veschey-iot> 4.
8. Непряхина, Т. М. Совершенствование учетно-аналитической системы индивидуальных предпринимателей в сфере интернет-торговли на

маркетплейсах / Т. М. Непряхина // Учет. Анализ. Аудит. – 2023. – Т. 10, № 3. – С. 65-76. – DOI 10.26794/2408-9303-2023-10-3-65-76. – EDN EEDKQB.

9. Сберегаев, Н. А. Сравнительный анализ экономического развития стран ЕАЭС // Балтийский экономический журнал. – 2025. – № 1(49). – С. 164-178. – DOI 10.46845/2073-3364-2025-0-164-178. – EDN BPXQ GK

10. Сагынбай, К. М. Онлайн торговля - как современный способ продаж / К. М. Сагынбай // М. Рыскулбеков атындагы Кыргыз экономикалык университетинин кабарлары. – 2023. – № 1(58). – С. 35-38. – EDN RDRQIL.

11. Шапорева, Е. С. Совершенствование учетных механизмов формирования информации о доходах и расходах на предприятиях с учетом изменений нормативно-правовой базы / Е. С. Шапорева // Проблемы межрегиональных связей. – 2026. – № 33(1). – С. 5-9. – DOI 10.54792/24145734_2026_33_05_09. – EDN HOGEBN.

12. Яхина, И. Р. Стратегии удержания клиентов как основа устойчивого роста в онлайн-торговле / И. Р. Яхина // Финансовая экономика. – 2025. – № 9. – С. 220-224. – EDN OEYEAA.

References

1. Sheng, F., Zhu, L., & Zhu, S. (2026). Global Resurgence of Industrial Policy: Evidence from 2023 GTA-NIPO Data. *Ekonomika regiona / Economy of regions*, 22(1), 59–72. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2026-1-51> © Sheng F., Zhu L., & Zhu S. Text. 2026.

2. Sánchez Andrés, A., & Ramírez Franco, L. D. (2025). Government Effectiveness and Economic Policy in the OECD: Convergence and Divergence (1996–2022). *Ekonomika regiona / Economy of regions*, 21(4), 963-976. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2025-4-41> © Sánchez Andrés A., Ramírez Franco L. D. Text. 2025.

3. Xu, P., & Zhao, H. (2025). Geo-Economic Priorities and Strategic Shifts in the Partnership between Russia and China in a Changing World Order. *Ekonomika regiona / Economy of regions*, 21(3), 599-609. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2025-3-2>

4. Begisheva, N. A. The role of managerial accounting in improving the management efficiency of agricultural enterprises in the Kaliningrad region / N. A. Begisheva // *Baltic Economic Journal*. – 2023. – № 4 (44). – Pp. 47-64. – DOI 10.46845/2073-3364-2023-0-4-47-65. – EDN GVZVZR.

5. Korchagina D. A., Korchagina E. V., Romakina O. M., Arsenyeva A. Z. Development of an algorithm for using artificial intelligence to build sales forecasts in international online commerce // *RISK: Resources, Information, Supply, Competition*. – 2024. – No. 4. – pp. 193-198. – DOI 10.56584/1560-8816-2024-4-193-198. – EDN PNJIKY.

6. Lashkova, N. G. Consumer terrorism in the field of online commerce: mechanisms of abuse and counteraction measures / N. G. Lashkova // *Accounting and*

control. – 2026. – No. 4. – pp. 157-166. – DOI 10.36871/u.i.k.2026.04.01.013. – EDN GDBBMJ.

7. Matorin S. I., Gul S. V. "Information and analytical technology of the future – the Internet of Things (IOT)" // Scientific result. Information technology. 2023. No. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-analiticheskaya-tehnologiya-buduschego-internet-veschey-iot> 4.

8. Nepryakhina, T. M. Improving the accounting and analytical system of individual entrepreneurs in the field of online commerce on marketplaces / T. M. Nepryakhina // Accounting. Analysis. Audit. – 2023. – Vol. 10, No. 3. – pp. 65-76. – DOI 10.26794/2408-9303-2023-10-3-65-76. – EDN EEDKQB.

9. Sbergaev, N. A. Comparative analysis of the economic development of the EAEU countries // Baltic Economic Journal. – 2025. – № 1(49). – Pp. 164-178. – DOI 10.46845/2073-3364-2025-0-164-178. – EDN BPXQ GK

10. Sagynbai, K. M. Online trading as a modern way of selling / K. M. Sagynbai// M. Ryskulbekov atyndagy Kyrgyz ekonomikalykin kabarlary. – 2023. – № 1(58). – Pp. 35-38. – EDN RDRQIL.

11. Shaporeva, E. S. Improving accounting mechanisms for generating information on income and expenses at enterprises, taking into account changes in the regulatory framework / E. S. Shaporeva // Problems of interregional relations. – 2026. – № 33(1). – Pp. 5-9. – DOI 10.54792/24145734_2026_33_05_09. – EDN HOGEBN.

12. Yakhina, I. R. Customer retention strategies as the basis for sustainable growth in online commerce / I. R. Yakhina // Financial Economics. – 2025. – No. 9. – pp. 220-224. – EDN OEYEAA.

Информация об авторе

Е. С. Шапорева – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и финансов ИНОТЭКУ ФГБОУ ВО "Калининградский государственный технический университет"

Information about the author

E. S. Shaporeva - Ph. D. economy Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Finance INOTEKU Kaliningrad State Technical University

Статья поступила в редакцию 20.05.2026; одобрена после рецензирования 26.06.2026; принята к публикации 17.08.2026.

The article was submitted 20.05.2026; approved after reviewing 26.06.2026; accepted for publication 17.08.2026.