МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ
Кафедра інформаційних систем в управлінні та обліку
Зацерківний Віталій Валентинович

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«Бухгалтерський облік та аудит операцій з продажу товарів через Інтернет»

Спеціальність 071 «Облік і оподаткування»

Науковий керівник
к.е.н.,доц. Тетяна Назаренко

підпис

Рецензент
к.е.н.,доц. Ірина ПОЛІЩУК

підпис

Завідувач кафедри інформаційних систем в управлінні та обліку
д.е.н.,проф. Сергій ЛЕГЕНЧУК

підпис

Житомир
2024

ЗМІСТ

ВСТУП 3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ 7
1.1. Основні характеристики інтернет-торгівлі 7
1.2. Нормативно-правове забезпечення бухгалтерського обліку та аудиту, які регулюють операції з продажу товарів через Інтернет 12
1.3. Особливості обліку операцій з продажу товарів через Інтернет 18
Висновки до розділу 1 25
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ ТОВ «НОВА ЛІНІЯ 1» 27
2.1. Економічно-організаційна характеристика підприємства та організація бухгалтерського обліку на ньому 27
2.2. Організаційне та методичне забезпечення бухгалтерського обліку операцій з продажу товарів через інтернет 33
2.3. Оподаткування операцій з продажу товарів через інтернет 40
Висновки до розділу 2 48
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ ТОВ «НОВА ЛІНІЯ1» 50
3.1. Оцінка основних аналітичних показників діяльності підприємства 50
3.2. Організаційні засади аудиту операцій з продажу товарів через інтернет 60
3.3. Методика здійснення аудиту в частині операцій з продажу товарів через інтернет 68
Висновки до розділу 3 76
ВИСНОВКИ 77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 80
ДОДАТКИ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ПДВ - Податок на додану вартість

П(с)БО - Положення (стандарт) бухгалтерського обліку

МСФЗ - Міжнародні стандарти фінансової звітності

ПКУ - Податковий кодекс України

ПЗ – податкові зобов’язання

ПН – податкова накладна

РРО - реєстратор розрахункових операцій

ВСТУП

Інтернет-торгівля зростає з кожним роком, надаючи підприємствам та споживачам неперевершені можливості здійснення торгових операцій у віртуальному просторі. За останні десятиліття Інтернет став ключовим каналом збуту для багатьох підприємств, що продають як товари, так і послуги. Цей тренд свідчить про необхідність адаптації бухгалтерського обліку та аудиту до специфіки операцій з продажу товарів через Інтернет.

З урахуванням швидкого розвитку електронної комерції, бухгалтерський облік та аудит стають надзвичайно важливими складовими фінансового управління для підприємств, що здійснюють інтернет-торгівлю. Відповідно до цього, ця дипломна робота спрямована на дослідження особливостей обліку операцій з продажу товарів через Інтернет та розгляд методів аудиту для забезпечення надійності та достовірності фінансової звітності в цій сфері.

Актуальність дипломної роботи визначається кількома ключовими факторами. Інтернет-торгівля є одним з найбільш динамічно розвиваючих секторів бізнесу. Поширення Інтернету та зростання електронних платежів створюють унікальні можливості для підприємств у сфері продажу товарів через Інтернет. За останні кілька років спостерігається значний зріст обсягів торгівлі через Інтернет. Це створює потребу у вдосконаленні бухгалтерського обліку та аудиту операцій, оскільки з кожним днем зростає обсяг фінансових трансакцій, які потрібно обробляти та перевіряти. Продаж товарів через Інтернет має свої особливості порівняно з традиційною торгівлею. Це стосується не лише організаційних аспектів, але й фінансових, що потребує ретельного аналізу та відповідних методик обліку та аудиту. За останні роки підвищилися вимоги до фінансової звітності підприємств, які здійснюють інтернет-торгівлю. Розширення міжнародного бізнесу та зростання конкуренції призвели до необхідності вдосконалення систем бухгалтерського обліку та аудиту. Інтернет-торгівля пов'язана зі збором та обробкою великих

обсягів особистої інформації клієнтів, що створює серйозні проблеми з безпекою та конфіденційністю даних. Це вимагає впровадження ефективних систем контролю та аудиту. Отже, дипломна робота є актуальною і важливою, оскільки вона відповідає сучасним викликам та потребам бізнесу у контексті швидкого розвитку електронної комерції.

Об'єктом дипломної роботи є процеси фінансового та операційного обліку, що відбуваються в контексті інтернет-торгівлі.

Предметом дослідження є аналіз та вдосконалення процесів бухгалтерського обліку та аудиту операцій з продажу товарів через Інтернет.

Метою даної дипломної роботи є аналіз особливостей бухгалтерського обліку та аудиту операцій з продажу товарів через Інтернет з метою визначення ефективних підходів та методів для забезпечення точності, надійності та відповідності законодавчим вимогам в цій сфері.

Завдання дипломної роботи:

1. Розкрити основні характеристики інтернет-торгівлі.

2. Описати нормативно-правове забезпечення бухгалтерського обліку та аудиту, які регулюють операції з продажу товарів через інтернет.

3. Визначити особливості обліку операцій з продажу товарів через інтернет.

4. Надати економічно-організаційну характеристику ТОВ «НОВА ЛІНІЯ 1» та та організація бухгалтерського обліку на ньому.

5. Визначити організаційне та методичне забезпечення бухгалтерського обліку операцій з продажу товарів через інтернет ТОВ «НОВА ЛІНІЯ 1».

6. Описати оподаткування операцій з продажу товарів через інтернет ТОВ «НОВА ЛІНІЯ 1».

7. Провести оцінку основних аналітичних показників діяльності ТОВ «НОВА ЛІНІЯ 1».

8. Визначити організаційні засади аудиту операцій з продажу товарів через інтернет ТОВ «НОВА ЛІНІЯ 1».

9. Описати методику здійснення аудиту в частині операцій з продажу товарів через інтернет ТОВ «НОВА ЛІНІЯ 1».

Наукова новизна даної роботи полягає в систематизації знань щодо особливостей бухгалтерського обліку та аудиту в інтернет-торгівлі та визначенні шляхів вдосконалення цих процесів з урахуванням сучасних тенденцій в електронній комерції.

Результати дослідження можуть бути використані практикуючими бухгалтерами, аудиторами, керівниками підприємств та науковцями для удосконалення систем бухгалтерського обліку та аудиту в інтернет-торгівлі, що сприятиме підвищенню ефективності та надійності фінансового управління в цій сфері.

Нормативною та інформаційною основою роботи стали нормативно-правові акти, наукові праці, матеріали періодичних видань, монографії та ресурси Internet.

Під час виконання дослідження використано методи аналізу, порівняння, узагальнення, спостереження, класифікації, системного підходу, абстрагування та групування.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, основної частини, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ

1.1. Основні характеристики інтернет-торгівлі

Інтернет-торгівля, або електронна комерція, це процес купівлі та продажу товарів чи послуг через Інтернет. Вона охоплює всі аспекти електронних торговельних операцій, включаючи веб-сайти з онлайн-магазинами, електронні платіжні системи, електронні маркетплейси, а також електронний маркетинг та інші технології для здійснення торгівлі в Інтернеті [7].

Таблиця 1.1

Визначення термінів, які застосовуються при здійсненні інтернет-діяльності

Електронна торгівля	господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом учинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем
Інтернет-магазин	засіб для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом учинення електронного правочину
Електронний правочин	дія особи, спрямована на набуття, зміну або припинення цивільних прав й обов'язків, здійснена з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем
Електронний договір	домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну чи припинення цивільних прав і обов'язків й оформлена в електронній формі.
Дистанційна торгівля	форма продажу товарів поза торговельними чи офісними приміщеннями, за якої вибір товару та його замовлення не збігаються у часі з безпосереднім передаванням вибраного товару споживачем
Засоби дистанційного зв'язку	телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані

Джерело: складено автором за даними [3-6]

Інтернет-торгівля дозволяє підприємствам пропонувати свої товари або послуги онлайн, забезпечуючи зручність та доступність для споживачів з

усього світу. Вона змінює спосіб, яким бізнес взаємодіє зі споживачами, розширюючи глобальний ринок та створюючи нові можливості для підприємств будь-якого розміру [2].

Основні елементи інтернет-торгівлі включають [6]:

– Веб-сайт або онлайн-магазин. Це основна платформа, де клієнти можуть переглядати товари або послуги, робити покупки і здійснювати оплату.

– Електронні платіжні системи. Ці системи дозволяють клієнтам здійснювати безпечні онлайн-платежі за товари або послуги.

– Маркетплейси. Це онлайн-платформи, де кілька продавців може пропонувати свої товари або послуги для продажу. Найвідоміші приклади - Amazon, eBay, Etsy.

– Електронна комерційна програма. Це програмне забезпечення, яке дозволяє підприємствам створювати та управляти своїми онлайн-магазинами. Приклади включають Shopify, WooCommerce, Magento.

– Логістика та доставка. Цей елемент включає в себе управління запасами, обробку замовлень та доставку товарів клієнтам.

– Клієнтська підтримка. Це може включати онлайн-чат, електронну пошту або телефонну підтримку, яка допомагає клієнтам вирішувати питання та проблеми, пов'язані з їхніми покупками.

– Маркетинг та реклама. Це включає в себе різноманітні стратегії, такі як контент-маркетинг, соціальні медіа, електронна реклама, які допомагають привертати увагу клієнтів до продуктів або послуг компанії.[12]

Ці елементи взаємодіють між собою, щоб забезпечити ефективну операційну діяльність та задоволення потреб споживачів в інтернет-торгівлі.

Основні характеристики інтернет-торгівлі включають глобальний доступ, зручність для споживачів, автоматизацію обробки замовлень, можливості персоналізації та конкурентні переваги через розумний маркетинг та аналітику даних. Розглянемо їх більш детально.

Інтернет-торгівля дозволяє підприємствам здійснювати торгівлю товарами та послугами в будь-якій точці світу. Це відкриває безліч можливостей для розвитку бізнесу та збільшення аудиторії. Завдяки Інтернету компанії можуть легко налагодити зв'язок з клієнтами навіть за межами своєї країни, пропонуючи їм широкий вибір товарів та послуг [18].

Однією з ключових переваг інтернет-торгівлі є можливість здійснювати покупки у будь-який час, навіть у нічний час чи в святкові дні. Це забезпечує споживачам гнучкість і зручність, оскільки вони можуть здійснювати покупки відповідно до свого розкладу, не обмежуючись годинами роботи фізичних магазинів. Такий безперервний доступ сприяє збільшенню обсягів продажів та задоволенню потреб споживачів.

Інтернет-торгівля надає споживачам значну зручність та комфорт у процесі здійснення покупок. Замість того, щоб фізично відвідувати магазини, споживачі можуть здійснювати покупки просто за допомогою комп'ютера, смартфона або планшета, де б вони не знаходилися. Це забезпечує гнучкість і свободу вибору, а також заощаджує час і зусилля. Крім того, інтернет-торгівля дозволяє споживачам отримувати товари прямо до дверей свого будинку, що робить процес покупок ще більш зручним і привабливим [15].

Інтернет-торгівля надає споживачам доступ до широкого асортименту товарів і послуг, які можуть бути представлені на одному веб-сайті чи платформі. Це дозволяє клієнтам швидко порівнювати різні товари, знаходити найкращі ціни та вибирати оптимальний варіант для себе. За допомогою інтернет-торгівлі, споживачі можуть здійснювати покупки відповідно до своїх уподобань і потреб, незалежно від того, чи це товари масового вжитку, рідкі товари або послуги.

Інтернет-торгівля дозволяє підприємствам автоматизувати процес обробки замовлень, що робить його більш ефективним та швидким. За допомогою спеціалізованих програмних засобів і систем управління, компанії можуть автоматизувати процеси прийому замовлень, обробки платежів, відстеження відправлень та звітності. Це дозволяє ефективно використовувати

ресурси, зменшує ймовірність помилок та збільшує задоволення клієнтів через швидкий та надійний сервіс.

Інтернет-торгівля дозволяє підприємствам створювати персоналізовані пропозиції для своїх клієнтів на основі їхніх індивідуальних потреб, уподобань та історії покупок. За допомогою аналізу даних і використання інструментів штучного інтелекту, компанії можуть створювати індивідуальні рекомендації, персоналізовані акції та спеціальні пропозиції, які відповідають потребам кожного клієнта. Це допомагає збільшити лояльність клієнтів, підвищити конверсію та покращити результативність маркетингових кампаній [4].

Інтернет-торгівля забезпечує компаніям доступ до величезного обсягу даних про споживачів та їх поведінку. Аналіз цих даних дозволяє підприємствам отримувати цінні інсайти щодо попиту, тенденцій споживання, ефективності маркетингових кампаній та результативності продажів. На основі цих даних компанії можуть розробляти та вдосконалювати свої стратегії продажів, адаптовуючи їх до змін у ринкових умовах та вимог споживачів. Це дозволяє підприємствам ефективніше використовувати свої ресурси, збільшувати обсяги продажів та забезпечувати більш високий рівень задоволення клієнтів.

Однією з ключових переваг інтернет-торгівлі є зменшення витрат на утримання фізичних магазинів. У порівнянні з традиційними роздрібними магазинами, витрати на оренду приміщення, утримання персоналу, комунальні послуги та інші витрати значно менші у випадку інтернет-торгівлі. Це дозволяє підприємствам сконцентрувати свої ресурси на розвитку онлайн-продажів, розширенні асортименту товарів та послуг, а також на покращенні якості обслуговування клієнтів. Зменшення витрат на утримання фізичного магазину також дозволяє підприємствам збільшувати свою конкурентоспроможність, знижувати ціни на товари та забезпечувати більш вигідні умови для

В порівнянні з традиційними фізичними магазинами, інтернет-торгівля може бути менш витратною за рахунок меншої потреби у фізичних

приміщеннях та персоналі. Крім того, за допомогою автоматизованих процесів, таких як управління запасами та обробка замовлень, можна підвищити ефективність операцій [21].

Інтернет-торгівля надає розмаїті можливості для маркетингу, включаючи соціальні медіа, контент-маркетинг, пошукову оптимізацію та інші інструменти. Крім того, аналітика даних дозволяє компаніям збирати інформацію про своїх клієнтів та ринок і використовувати ці знання для вдосконалення своїх стратегій продажів і розвитку бізнесу.

Інтернет-торгівля дозволяє компаніям використовувати різноманітні цифрові інструменти маркетингу та реклами для залучення клієнтів та підвищення своєї конкурентоспроможності. За допомогою цифрового маркетингу, такого як контент-маркетинг, соціальні медіа, електронна пошта та пошукова оптимізація, компанії можуть ефективно комунікувати зі своєю аудиторією, залучати нових клієнтів та збільшувати продажі. Розумний аналіз даних дозволяє компаніям підбирати ефективні маркетингові стратегії, налаштовувати рекламні кампанії та персоналізовані пропозиції, що дозволяє їм займати конкурентну позицію на ринку.

Інтернет-торгівля надає підприємствам можливість швидко реагувати на зміни на ринку та змінювати свої стратегії відповідно до потреб клієнтів та конкурентних умов. За допомогою онлайн-аналітики та моніторингу даних про споживачів та ринок, компанії можуть виявляти тенденції споживання, реагувати на зміни в попиті та конкурентній ситуації та швидко адаптувати свої стратегії продажів та маркетингу. Це дозволяє підприємствам бути більш гнучкими та конкурентоспроможними на ринку, а також забезпечує їхню здатність ефективно використовувати можливості, які надає цифрова економіка [26].

Можна зробити висновки, що інтернет-торгівля є невід'ємною частиною сучасного бізнесу та надає безліч переваг як для підприємств, так і для споживачів. Глобальний доступ до мережі Інтернет робить інтернет-торгівлю доступною для клієнтів з усього світу, що відкриває нові можливості для

бізнесу. 24/7 доступність дозволяє споживачам здійснювати покупки у будь-який час, що забезпечує їм гнучкість та зручність. Інтернет-торгівля пропонує широкий асортимент товарів і послуг, що дозволяє споживачам швидко знаходити необхідні продукти. Зручність для споживачів і автоматизація обробки замовлень підвищують ефективність покупок та задоволення клієнтів. Можливості персоналізації дозволяють створювати індивідуальні пропозиції та рекомендації для кожного клієнта. Аналіз даних і використання розумного маркетингу дозволяють підприємствам оптимізувати свої стратегії продажів та залучення клієнтів. Зменшення витрат на утримання фізичних магазинів робить інтернет-торгівлю ефективнішою та конкурентоспроможнішою. Можливість швидко реагувати на зміни на ринку дозволяє підприємствам адаптуватися до нових умов та зберігати конкурентну перевагу. Ці характеристики роблять інтернет-торгівлю потужним інструментом для розвитку бізнесу та задоволення потреб сучасних споживачів.

1.2. Нормативно-правове забезпечення бухгалтерського обліку та аудиту, які регулюють операції з продажу товарів через Інтернет

Законодавство про електронну комерцію в Україні регулюється такими основними нормативно-правовими актами:

1. Податковий кодекс України (ПКУ). ПКУ містить загальні правила щодо оподаткування доходів, включаючи ті, що отримані від онлайн-торгівлі. Наприклад, відображення доходів від продажу товарів чи послуг, оподаткування прибутку підприємств та сплату податків згідно з встановленими ставками.

2. Закон України «Про електронні підписи». Цей закон визначає правовий статус електронних підписів та встановлює вимоги до їх

використання в електронних документах, що мають юридичну силу в електронних комерційних операціях.

3. Закон України «Про електронну комерцію». Цей закон визначає правовий статус електронної комерції в Україні, встановлює правила здійснення електронних торгівельних операцій, вимоги до інформаційних систем, обміну електронною комерційною інформацією та права та обов'язки учасників електронної комерції.

4. Закон України «Про захист персональних даних». Цей закон встановлює правила збору, зберігання, використання та захисту персональних даних, що є важливим аспектом електронної комерції з урахуванням великої кількості особистої інформації, яка обмінюється в інтернет-торгівлі.

5. Правила №103. Дані правила окреслюють відносини між споживачем товарів/робіт/послуг та продавцем, що встановлює свою діяльність поза межами торгівельних будівель чи офісних приміщень на підставі договору купівлі-продажу, який укладається дистанційно. Регламентують вимоги щодо дотримання прав споживачів.

6. Правила № 104. Ці правила описують вимоги щодо приймання, зберігання, підготовки до передачі споживачеві та безпосередньо продажу непродовольчих товарів через торговельну мережу. Регламентують порядок дотримання прав споживачів щодо відповідної якості та безпеки товарів та рівня торговельного обслуговування.

7. Правила №185. Ці правила описують вимоги щодо приймання, зберігання, підготовки до передачі споживачеві та безпосередньо продажу продовольчих товарів через торговельну мережу. Регламентують порядок дотримання прав споживачів щодо відповідної якості та безпеки товарів та рівня торговельного обслуговування.

8. Порядок №833. Даний документ встановлює регулювання загальних умов здійснення торговельної діяльності сторонами роздрібної та оптової торгівлі, визначає основні з умови до провадження діяльності

торговельної мережі, мережі закладів, що провадять ресторанну діяльність та торговельного |щ обслуговування покупців.

9. Інші нормативно-правові акти: Додатково, до законодавства про електронну комерцію можуть включатися інші нормативно-правові акти, які стосуються питань оподаткування електронної комерції, захисту прав споживачів в інтернеті, регулювання електронних платіжних систем тощо.

Всі ці закони та нормативно-правові акти мають на меті створення правової бази для розвитку електронної комерції в Україні, забезпечення прав та інтересів учасників електронних торговельних операцій та створення безпечного та довірчого середовища для електронної торгівлі.

Важливо мати на увазі, що податкове законодавство може змінюватися, тому підприємцям, що займаються онлайн-торгівлею, слід регулярно оновлювати свої знання щодо податкових правил та вимог. Також рекомендується консультуватися з фахівцями з податкового права для вирішення будь-яких питань щодо оподаткування онлайн-торгівлі.

Підприємства, що здійснюють продажі товарів через Інтернет, повинні правильно обліковувати доходи, отримані від таких операцій, а також витрати, пов'язані з проведенням бізнесу в мережі. Важливо вести облік запасів товарів, що знаходяться на складі або у постачальників, а також товарів, що перебувають у транзиті або на шляху до покупців. Податок на додану вартість (ПДВ) повинен бути належним чином облікований та сплачений згідно з вимогами податкового законодавства. Усі угоди та операції з продажу товарів через Інтернет повинні бути належним чином задокументовані та відображені у бухгалтерському обліку. Підприємства повинні забезпечити належну звітність щодо своєї діяльності, включаючи фінансові звіти, податкову звітність та іншу документацію, яка вимагається відповідно до законодавства. Підприємства можуть використовувати міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (МСФЗ), якщо вони відповідають вимогам податкового законодавства України. Всі ці вимоги є важливими для забезпечення правильного фінансового обліку та відповідності законодавству

для підприємств, що займаються продажем товарів через Інтернет в Україні [22].

Інтернет-торгові підприємства повинні дотримуватися законодавчих вимог щодо обов'язкового аудиту та подання фінансової звітності. Наприклад, згідно з Податковим кодексом України, підприємства певних розмірів або в певних сферах діяльності можуть бути зобов'язані проходити аудит річно. Деякі інтернет-торгові підприємства можуть застосовувати міжнародні стандарти аудиту, такі як Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ), якщо це відповідає їхнім потребам та цілям. Оскільки багато інтернет-торгових підприємств здійснюють операції через електронні платіжні системи, аудитори можуть перевіряти ці системи на предмет безпеки, ефективності та відповідності вимогам законодавства [24]. Аудитори можуть аналізувати інтернет-транзакції підприємства, включаючи платежі клієнтів та витрати компанії, щоб переконатися у точності та достовірності фінансової звітності. З огляду на чутливість даних клієнтів та транзакцій, аудитори можуть також перевіряти системи безпеки інформації, щоб гарантувати захист конфіденційної інформації. Підприємства можуть дотримуватися рекомендацій та стандартів, розроблених професійними асоціаціями або регулюючими органами, щоб забезпечити високий рівень якості та довіри до їх фінансової звітності. Ці правила та процедури аудиту допомагають забезпечити надійність та достовірність фінансової звітності інтернет-торгових підприємств в Україні [32].

В інтернет-торгівлі захист персональних даних та конфіденційності інформації є критично важливим для забезпечення довіри клієнтів та виконання вимог законодавства. Підприємства повинні дотримуватися вимог законодавства щодо захисту персональних даних, таких як Закон України "Про захист персональних даних", і забезпечувати виконання цих вимог у всіх аспектах своєї діяльності. Важливо застосовувати шифрування для захисту особистої інформації клієнтів під час передачі даних через Інтернет, зокрема при оформленні замовлень та оплати. Підприємства повинні мати відповідні

заходи безпеки мережі, такі як захищена Wi-Fi мережа, використання антивірусного програмного забезпечення, щоб запобігти несанкціонованому доступу до даних клієнтів. Обмеження доступу до особистої інформації тільки для уповноважених співробітників та застосування механізмів аутентифікації допоможуть забезпечити конфіденційність даних. Підприємства повинні мати чітку політику конфіденційності, яка пояснює, як вони збирають, використовують і захищають особисту інформацію клієнтів, а також як вони використовують файли cookies на своєму веб-сайті. Забезпечення відповідності стандартам безпеки платіжних систем є необхідним для забезпечення безпеки та довіри під час здійснення онлайн-платежів [10].

Ліцензування та реєстрація для інтернет-торгових компаній може варіюватися в залежності від країни та виду діяльності компанії. В Україні існують певні вимоги та процедури, які інтернет-торгові компанії повинні виконати:

– Реєстрація як підприємця або юридичної особи. Інтернет-торгова компанія повинна бути зареєстрована як підприємець або юридична особа згідно з вимогами державного реєстраційного органу.

– Отримання податкового номера. Після реєстрації компанії необхідно отримати податковий номер, який буде використовуватися для оподаткування доходів, отриманих від інтернет-торгівлі.

– Ліцензії та дозволи. Деякі види діяльності, такі як продаж алкогольних напоїв, ліків або зброї, можуть вимагати спеціальних ліцензій або дозволів від відповідних регулюючих органів.

– Захист персональних даних. Компанії, що збирають та обробляють персональні дані своїх клієнтів, повинні дотримуватися вимог Закону України "Про захист персональних даних" і зареєструвати свою базу даних у відповідному державному реєстрі.

– Відповідність вимогам безпеки платіжних систем. Якщо компанія приймає платежі в інтернеті, вона повинна дотримуватися вимог безпеки

платіжних систем, таких як PCI DSS, і може потребувати відповідного сертифікату від провайдера платіжних послуг.

– Дотримання прав споживачів. Компанії, що здійснюють інтернет-торгівлю, повинні дотримуватися прав споживачів, включаючи право на повернення товару та інші гарантії [26].

Це лише загальні вимоги, інтернет-торгові компанії повинні також враховувати специфічні вимоги та процедури, які можуть бути встановлені місцевим законодавством.

Підприємства, що здійснюють глобальну торгівлю через Інтернет, повинні дотримуватися відповідних міжнародних торгових угод, таких як Угода про митні питання та тарифи (GATT) чи Угода про технічні бар'єри у торгівлі (TBT), які можуть впливати на ввезення та експорт товарів. Підприємства повинні відповідати міжнародним стандартам безпеки та якості продукції, які можуть бути встановлені організаціями, такими як Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) чи Міжнародна асоціація з контролю якості (IAQG). Підприємства повинні дотримуватися міжнародного податкового законодавства та уникати подвійного оподаткування, яке може виникнути у зв'язку з міжнародною торгівлею [30].

Можна зробити висновки, що для підприємств, що здійснюють продажі через Інтернет, важливо дотримуватися відповідного законодавства про електронну комерцію. Це включає в себе правила зберігання електронних документів, електронних підписів та інші вимоги, які регулюють електронні трансакції. Підприємства, що продають товари через Інтернет, повинні дотримуватися відповідного податкового законодавства, яке регулює оподаткування доходів, отриманих від інтернет-торгівлі, включаючи податок на додану вартість (ПДВ) та інші податки. Підприємства повинні вести бухгалтерський облік відповідно до встановлених стандартів та вимог, які можуть включати в себе ведення обліку всіх фінансових трансакцій, контроль за запасами, оподаткування та інші аспекти фінансової звітності. Залежно від розміру та характеру діяльності, підприємства можуть бути піддані

обов'язковому аудиту фінансової звітності. Важливо дотримуватися правил аудиту та співпрацювати з аудиторами для забезпечення відповідності всіх фінансових операцій законодавчим вимогам. У зв'язку з збільшеною кількістю персональних даних, що збираються в процесі інтернет-торгівлі, важливо дотримуватися відповідних вимог щодо захисту цих даних від несанкціонованого доступу та зловживання. Загалом, дотримання вищезазначених нормативно-правових вимог є важливим для забезпечення легальності, чесності та надійності операцій з продажу товарів через Інтернет.

1.3. Особливості обліку операцій з продажу товарів через Інтернет

Дистанційність інтернет-торгівлі суттєво впливає на порядок розрахунків з покупцями та передачу замовлених товарів. Отже, в обліку таких операцій виникають свої відмінності.

Найпопулярнішими методами розрахунків в інтернет-торгівлі є інтернет-еквайринг та післяплата. Оплата часто здійснюється через інтернет-еквайрингові сервіси, такі як LiqPay, Wayforpay, EasyPay, Platon, Fondy та інші. Усі проведені транзакції відображаються у особистому кабінеті торговця. Гроші на рахунок продавця, як правило, надходять не одразу, а з певним затримкою, яка може становити до трьох банківських днів. При цьому проводяться такі операції: Дт 333 — Кт 681 (на повну суму оплати) та, при надходженні коштів, Дт 311 — Кт 333 (на суму надійшлих коштів) і Дт 92 — Кт 333 (на суму комісії).

При використанні інтернет-еквайрингу першою подією, що породжує зобов'язання щодо податку на додану вартість (ПДВ), завжди є виписування рахунку (товарного чека) (п. 187.5 Податкового кодексу України). У випадку, якщо рахунок (товарний чек) не був виписаний покупцеві, логічно вважати, що дата виникнення податкового зобов'язання (ПЗ) - це дата здійснення транзакції покупцем (ініціації платежу), а не дата надходження грошей на

рахунок продавця (згідно з загальним правилом з п. 187.1 Податкового кодексу України). Таким чином, ПЗ слід нараховувати відразу ж на дату здійснення розрахунку покупцем на сайті торговця [30].

Основою для нарахування ПЗ з ПДВ є договірна вартість товарів/послуг (п. 188.1 Податкового кодексу України). Комісія банку, яка утримується автоматично при зарахуванні грошей на рахунок, не зменшує базу оподаткування ПДВ.

У разі, якщо покупець є неплатником ПДВ, складання окремого податкового накладного (ПН) не є обов'язковим. Суму здійснених за день інтернет-еквайрингових розрахунків можна включити в підсумковий ПН (п. 201.4 Податкового кодексу України).

Оплата за допомогою інтернет-банкінгу, через ПТКС або готівкою через відділення банку є звичайним безготівковим розрахунком для торговця, тому тут немає ніяких особливостей в обліку або оподаткуванні. На дату надходження коштів на поточний рахунок виникає кредиторська заборгованість перед покупцем: Дт 311 — Кт 681. На цю ж дату виникають ПЗ з ПДВ (якщо оплата є першою подією), ЄП-дохід в єдиних податкових накладних та оподатковуваний дохід для підприємця на загальній системі оподаткування.

Доставка здійснюється за допомогою сторонньої кур'єрської служби. Тут ключовою є момент передачі ризиків та переваг, пов'язаних з правом власності на товар, від продавця до покупця, коли продавець втрачає контроль і управління над ним (а також виконуються інші критерії доходу згідно з пунктом 8 П(С)БО 15). Якщо згідно з умовами угоди всі ці критерії виконані при передачі товару перевізникові, продаж відображається в обліку відповідно до факту такої передачі. У випадку, коли інтернет-торговець контролює доставку товару покупцеві і зобов'язання торговця вважається виконаним лише при його передачі покупцеві, продаж в обліку відображається тільки за фактом передачі товару покупцеві [29].

Таким чином, товари, передані сторонній кур'єрській службі, залишаються активами інтернет-магазину до моменту їх передачі покупцеві. Для їх обліку продавець створює окремий субрахунок (наприклад, 2821 «Товари, передані перевізникам»). На дату передачі товару перевізникові в обліку відображаються наступні проводки: Дт 2821 — Кт 281 і Дт 643 — Кт 641/ПДВ (за суму ПДВ). За фактом передачі товару покупцеві інтернет-торговець проводить продаж в обліку і визнає дохід: Дт 361 — Кт 702 (за суму доходу з ПДВ) і Дт 702 — Кт 643 (за суму ПДВ). Одночасно списується собівартість реалізованого товару: Дт 902 — Кт 2821 [27].

Доставка може також здійснюватись до пунктів видачі товару інтернет-магазином або власними кур'єрами. Для обліку товарів, що знаходяться в таких пунктах видачі або передані кур'єрам, інтернет-торговець також створює окремі субрахунки (наприклад, 2822 «Товари в точках видачі» і 2823 «Товари, передані кур'єрам»). Переміщення товару зі складу відображається за допомогою проводки: Дт 2822, 2823 — Кт 281. Після фактичної передачі товару покупцеві торговець списує собівартість реалізованого товару і визнає дохід від його реалізації.

Дата початку передачі товару, яка визначає фізичне переміщення товару зі складу або іншого місця зберігання продавця з метою доставки покупцеві, підтверджується датою, зазначеною у перевізних документах, наприклад, у листах ДПСУ та ДФСУ [21]. Отже, ПЗ слід нараховувати на дату передачі товару перевізникові або власному кур'єру для доставки товару покупцеві.

Якщо товар видається з точки видачі, ПЗ виникають лише на дату видачі товару покупцеві, а не на дату початку переміщення товару на точку видачі, незалежно від способу доставки. У момент передачі товару покупцеві його заборгованість переноситься на перевізника, оскільки він приймає оплату і тепер зобов'язаний перерахувати її продавцеві. Тому разом з продажними проводками в обліку проводиться перекидання заборгованості на фінансову організацію [37].

Щодо ПДВ, якщо доставка здійснюється стороннім кур'єром або до відділення перевізника, ПЗ з ПДВ нараховуються на дату початку передачі, тому післяплата вже є другою подією, і ПЗ тут не виникають.

Формувати підсумкові податкові накладні на постачання з післяплатою не можна, оскільки умови згідно з пунктом 201.4 Податкового кодексу України не виконані. Гроші надходять не безпосередньо на поточний рахунок постачальника, а з рахунку посередника, наприклад, фінансової установи. Це підтверджують і відповідні листи від податкових органів [33].

Складання підсумкових податкових накладних на постачання післяплатою, як і на будь-які інші постачання, що не підпадають під вимоги пункту 201.4 ПКУ, може призвести до неприємних наслідків. Виявивши помилку, податкові органи можуть вимагати її виправлення. Тоді платникові доведеться коригувати помилкові підсумкові податкові накладні і скласти нові звичайні податкові накладні. У такому випадку, штрафів за порушення податкового законодавства, навряд чи вдасться уникнути, адже строк безштрафної реєстрації може вже минути [37].

Але це не стосується постачання з оплатою власному кур'єру або у власній точці видачі інтернет-магазину, якщо оплата здійснюється безпосередньо працівникові продавця. Складання підсумкових податкових накладних на такі постачання не буде помилкою, оскільки вимоги пункту 201.4 ПКУ виконані повністю.

Юридичні особи та підприємці також можуть здійснювати постачання з післяплатою. Отримання оплати через фінансову компанію не порушує законодавство. Доходом буде договірна вартість реалізації товарів. Підстав для зменшення доходу на суму комісії за переказ коштів, утриманої фінансовою установою, згідно з пунктом 292.11 Податкового кодексу України відсутня. Датою отримання такого доходу вважається дата надходження на поточний рахунок продавця або отримання готівкою у фінансовій установі.

Податкові органи досягають аналогічних висновків щодо ФОП лише у певних випадках, як свідчить лист від Головного управління ДПС у

Дніпропетровській області від 02.12.2019 року під номером № 1665/04-36-33-02-07. Щодо юридичних осіб, податкові органи рекомендують вважати доходом суму, яка фактично надійшла на поточний рахунок, з урахуванням комісії фінансової установи, якщо йдеться, наприклад, про оплату через інтернет-еквайринг, як це зазначено в листі від Головного управління ДФС у Запорізькій області від 19.10.2018 року під номером № 4490/ІПК/08-01-12-04-11. ФОП-загальносистемники діють аналогічно, як і при здійсненні оплати через інтернет-еквайринг, відображаючи дохід за фактом отримання коштів на рахунок (або отримання готівки від фінансової установи), а також одночасно враховують витрати на суму комісії за переказ. Наприклад, якщо покупець оформив замовлення в інтернет-магазині на суму 12000 гривень (включаючи ПДВ у розмірі 2000 гривень) з доставкою «Новою поштою» та оплатою при отриманні (з комісією за переказ коштів 2%), а інтернет-магазин закупив товар за 10800 гривень (включаючи ПДВ у розмірі 1800 гривень).

Таблиця 1.2.

Облік продажу з оплатою післяплатою

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
		Дт	Кт	
1	Придбано товар, замовлений покупцем	281	631	9000,00
		644/1	631	1800,00
2	Відображено у складі ПК зареєстровану ПН	641/ПДВ	644/1	1800,00
3	Передано товар перевізникові	282/1	281	9000,00
		643	641/ПДВ	2000,00
4	Отримано товар покупцем	361	702	12000,00
		702	643	2000,00
		377	361	12000,00
		902	282/1	9000,00
5	Отримано оплату від фінансової організації	311	377	11760,00
6	Списано комісію за переведення	92	377	240,00
7	Перераховано постачальникові оплату за товар	631	311	10800,00

Розглянемо основний принцип, який закладено в Законі про РРО: використання реєстратора розрахункових операцій (РРО) є необхідним лише

у випадках, коли відбувається саме розрахункова операція. Це включає приймання готівкових коштів або оплату платіжними картками в місцях продажу товарів або послуг. РРО застосовується при будь-яких розрахункових операціях, незалежно від того, чи вони здійснюються готівкою, чи безготівковим шляхом.

Наприклад, якщо покупець здійснює оплату безготівковим способом за допомогою платіжної картки через платіжну систему, операція проводиться на сайті інтернет-магазину шляхом введення відповідних даних картки. Для цього використовуються платіжні системи, такі як LiqPay, Portmone і т. д. Цей метод оплати фактично не відрізняється від оплати звичайною платіжною карткою через POS-термінал. Єдине відмінність - термінал у випадку з інтернет-еквайрингом є віртуальним.

У контексті оплати платіжною карткою та інтернет-еквайрингу, бізнес продавця спрямований на прийом карток для оплати. Таким чином, при розрахунку через POS-термінал РРО є обов'язковим. Тому у випадку з інтернет-еквайрингом не можна уникнути використання РРО. Податкові органи неодноразово підкреслювали цю обставину.

Інтернет-банкінг - це комплекс програм, що дозволяє контролювати стан розрахунків і проводити банківські операції без відвідування банку цілодобово. За суттю, платіж через інтернет-банкінг є звичайним безготівковим розрахунком, де кошти з рахунку покупця перераховуються на рахунок продавця. В такому випадку, не потрібно застосовувати РРО. Навіть якщо є певна залежність від платіжної картки, головна відмінність від еквайрингу полягає в тому, що продавець не приймає картку, а покупець самостійно ініціює оплату.

Проте, податкові органи мають інший погляд на це питання. Зазвичай, вони рекомендують застосовувати РРО і виписувати чек так само, як і при інтернет-еквайрингу. Вони стверджують, що розрахунковий документ має бути створений у момент проведення розрахункової операції на підставі виписки з фінансової установи, тобто після зарахування коштів на рахунок

продавця. Однак, існує проблема з тим, що деякі еквайри зараховують кошти на рахунок продавця через певний час після оплати (до 3 робочих днів), тоді як вже вимагається пробити чек.

У такій ситуації може виникнути затримка між відвантаженням товару разом із чеком та надходженням коштів. Однак, існує й дзеркальна ситуація, коли кошти надходять на рахунок миттєво, але можуть приходити у будь-який час, навіть у вихідні або уночі, коли продавець не працює. В такому випадку податкові органи дозволяють видавати чек у робочий час.

Поглянемо на ситуацію, коли продавець передає товар оператору поштового зв'язку. Покупець, отримуючи товар, оплачує його за допомогою готівки або карти, щоб забезпечити подальше перерахування коштів на рахунок продавця. Наприклад, товар доставляється через "Нову пошту", а оплата здійснюється через платіжну систему FORPOST. У цьому випадку, коли продавець отримує кошти на рахунок у безготівковій формі, він не має потреби застосовувати РРО. Але якщо кошти надходять готівкою, то уникнути застосування РРО вже неможливо.

Загалом, в інтернет-торгівлі багато залежить від характеру товару: якщо неможливо визначити місце розрахунків (наприклад, постачання комп'ютерних програм, електронних книг тощо у електронному форматі), то застосування РРО не обов'язкове.

Можна зробити висновки, що однією з основних особливостей обліку операцій з продажу товарів через Інтернет є потреба в ефективній автоматизації та інтеграції бухгалтерських та управлінських систем. Це дозволяє забезпечити точність та швидкість обробки фінансових даних. З урахуванням широкого асортименту товарів та постійних змін в попиті, облік операцій з продажу товарів через Інтернет вимагає ефективного контролю за запасами та поставками, щоб уникнути переповнення або нестачі товарів. Важливо постійно вдосконалювати системи управління витратами та оптимізації процесів, щоб забезпечити ефективне використання ресурсів та максимізувати прибутковість бізнесу. З урахуванням великої кількості

трансакцій та обробки значної кількості даних, особливо важливо забезпечити точність та достовірність фінансової звітності. Це дозволяє уникнути помилок та забезпечити довіру стейкхолдерів. У зв'язку зі збільшеною кількістю особистих даних, що обробляються в інтернет-торгівлі, важливо забезпечити відповідний рівень захисту цих даних від несанкціонованого доступу та зловживання. Узагальнюючи, облік операцій з продажу товарів через Інтернет потребує впровадження ефективних та інтегрованих систем, контролю за запасами та поставками, управління витратами та оптимізації процесів, забезпечення точності та достовірності фінансової звітності, а також захисту даних та конфіденційності. Ці аспекти відіграють важливу роль у забезпеченні успішної та стійкої діяльності в інтернет-торгівлі.

Висновки до розділу 1

Ефективний бухгалтерський облік та аудит операцій з продажу товарів через Інтернет потребують ретельного дотримання відповідного правового регулювання, яке включає законодавство про електронну комерцію, податкове законодавство, вимоги до захисту персональних даних та інші нормативні акти.

У зв'язку з глобальним характером інтернет-торгівлі, підприємства повинні дотримуватися міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та аудиту, щоб забезпечити легальність та надійність своєї фінансової звітності.

Ефективна система бухгалтерського обліку для інтернет-торгівлі дозволяє підприємствам точно відображати всі фінансові трансакції, контролювати запаси, вести облік податків та забезпечувати правильність фінансової звітності.

Аудит фінансової звітності для інтернет-торгових підприємств допомагає перевірити достовірність та правильність облікової інформації, а також забезпечує довіру сторін, які мають інтерес до фінансової стійкості підприємства.

З урахуванням великої кількості особистої інформації, яка обробляється в інтернет-торгівлі, важливо забезпечити відповідний рівень захисту персональних даних та дотримання вимог щодо їх обробки.

Узагальнюючи, бухгалтерський облік та аудит операцій з продажу товарів через Інтернет вимагають дотримання відповідного правового регулювання, відповідності міжнародним стандартам, ефективної системи обліку, проведення аудиту та забезпечення захисту даних. Ці аспекти відіграють важливу роль у забезпеченні фінансової стійкості та надійності підприємств, що здійснюють інтернет-торгівлю.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ ТОВ «НОВА ЛІНІЯ 1»

2.1. Економічно-організаційна характеристика підприємства та організація бухгалтерського обліку на ньому

Національна мережа гіпермаркетів «Нова Лінія» - один з лідерів на ринку вітчизняного рітейлу в форматі Home Improvement і DIY.

Основний пріоритет компанії - завжди слухати кожного клієнта, розуміти його потреби і постійно шукати найкращі пропозиції високоякісних товарів за доступними цінами. «Нова Лінія» прагне задовольнити потреби кожного клієнта, забезпечуючи наявність у магазинах якісних товарів для будівництва, ремонту, декору та облаштування дому. Основний принцип формування асортименту гіпермаркетів «Нова Лінія»: «Висока якість, сучасний дизайн, доступна ціна». Широкий спектр додаткових послуг, які надає «Нова Лінія», задовольнить найвимогливіших клієнтів. ТОВ «Нова Лінія» була заснована на початку 2000 року.

Основним завданням компанії є розбудова мережі декоративно-будівельних гіпермаркетів у м.Києві та інших містах України. Крім широкого асортименту товарів, мережа гіпермаркетів «Нова Лінія» пропонує своїм клієнтам ряд додаткових послуг: прокат інструментів, розкрій матеріалів, будівельні роботи, доставка, діє система бонусів і знижок, можливість оплати кредитними картками та багато іншого.

До органів управління Товариством відносяться:

– Вищий орган управління – Загальні збори Учасника Товариства;

– Виконавчий орган – Генеральний Директор Товариства;

– Контролюючий орган – Ревізійна комісія.

Керівництво і управління поточною діяльністю Товариства здійснює Генеральний Директор Товариства, який обирається Загальними зборами 29

Учасника Товариства. Ревізійна комісія здійснює контроль фінансово-господарської діяльності Генерального Директора Товариства і обирається Загальними зборами Учасників у складі трьох осіб.

Представимо організаційну структуру компанії на рисунку 2.1.

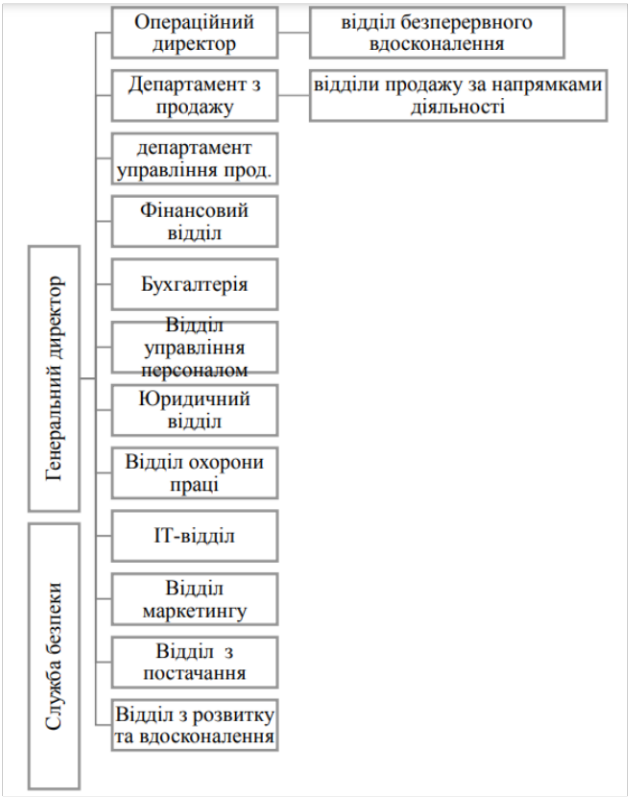


Рис. 2.1. Організаційна структура ТОВ «Нова лінія»

Джерело: складено автором на основі звітності ТОВ «Нова лінія»

Доцільно проаналізувати фактори зовнішнього середовища ТОВ «Нова лінія» за допомогою SWOT-аналізу та PEST-аналізу. SWOT-аналіз ТОВ «Нова лінія» представлений у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз для ТОВ «Нова лінія»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Індивідуальний підхід до клієнтів – Близьке та зручне розташування для постачальників і потенційних споживачів – Популярність та лікуючі позиції b2b – Врахування національних та регіональних особливостей	Недостатньо висока швидкість поширення у регіонах – Значно поступається конкурентним мережам будівельної сфери; – Недостатня інноваційність діяльності; – Слабка маркетингова діяльність

Продовження табл.2.1.

Можливості	Загрози
Утримання лідерства на певні групи товарів – Техніко-технологічний прогрес - можливість розвитку власного продукту – Розширення в регіонах та вихід на зовнішній ринок – Удосконалення	Поява нових конкурентів. – Збільшення імпорту взаємозамінних товарів – Підвищення цін на сировину

Джерело: розроблено автором

На основі SWOT-аналізу можемо зробити висновок, що організація ТОВ «Нова лінія» є доволі потужним гравцем українського будівельного ринку.

Після проведеного SWOT-аналізу можна скласти стратегії для компанії ТОВ «Нова лінія» на основі існуючих даних та занести їх у матрицю(табл.2.2). Поле «СІМ» – необхідно розробляти стратегію по використанню сильних сторін підприємства, для того щоб отримати віддачу від можливостей, які виникають у зовнішньому середовищі. Поле «СЛМ» – стратегія повинна бути спрямована на подолання слабких сторін підприємства за рахунок існуючих можливостей. Поле «СІЗ» – стратегія повинна бути спрямована на використання сильних сторін підприємства для уникнення загроз.

Таблиця 2.2

Матриця SWOT-Аналізу компанії «Нова лінія»

«СІМ»	«СІЗ»
Підприємство має досить велику групу споживачів; завдяки зручному розташуванню завойовані міцні позиції на ринку B2B. Використовуючи даний фактор підприємство може продовжувати розширювати свою базу клієнтів, виходити на нові ринки та сегменти ринку беручи можливість створювати та/або вдосконалювати власний продукт	Збільшення імпорту товарів-субститутів може не зашкодити даному підприємству, враховуючи його лояльну цільову аудиторію та завдяки нижчим цінам на продукцію. Оскільки підприємство має стійке фінансове становище та економічну незалежність підвищення цін на сировину навряд чи призведе до появи заборгованості перед кредиторами

Продовження табл.2.2.

«СЛМ»	«СЛЗ»

На сьогодні основною проблемою недостатньо швидке поширення маркетів у регіонах, але утримання лідерських позицій дає змогу бути першими за конкурентів на незайнятих територіях	Збільшення імпорту товарів-субститутів поруч із внутрішніми незайнятими територіями обслуговування підприємством дає синергічну рушійну силу для підприємства втратити свої конкурентні позиції, однак компанія має всі переваги , аби зайняти своє місце по свій території України, таким чином конкурентам буде важко проникнути та взяти свій сегмент споживачів

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу

Наступним кроком буде проведення PEST-аналізу (табл. 2.3). за методом експертної оцінки.

Таблиця 2.3

PEST-аналіз ТОВ «Нова лінія»

№	Показники	Бал	Напрямок впливу
Політичні			
1.	Вибори	2	+
2.	Державне регулювання конкуренції	2	+
3.	Державне регулювання показників якості	2	+
4.	Нестабільна політична ситуація	6	-
Економічні			
1.	Експортно-імпорте регулювання	5	-
2.	Рівень інфляції	5	-
3.	Рівень курсу	6	-
4.	Розвиток аграрного сектору	7	+
Соціальні			
1.	Демографічні фактори	4	-
2.	Зміна стилю життя	6	+
3.	Середній рівень доходу	8	+
Технологічні			
1.	Інноваційний розвиток	8	+
2.	Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи	6	+
3.	Технологія виробництва	6	-
4.	Фундаментальні дослідження	8	+

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи матрицю PEST-аналізу, необхідно зробити висновок про те, що основними факторами зовнішнього середовища, що впливають на діяльність організації, є рівень життя населення, виробництво продукції по

галузях, зростання темпів інфляції, зростання податків, обсяг інвестицій, розробка нових технологій товарів і послуг, вдосконалення технології виробництва, НТП, інформаційна забезпеченість, погіршення політичної обстановки.

Зміна рівня життя населення в кращу або гіршу сторону дозволить організації орієнтуватися на можливості і переваги споживачів.

Виробництво продукції по галузі дає організації інформацію про конкурентів, якості продукції, що випускається і можливість виробляти конкурентоспроможну продукцію.

Зростання темпів інфляції передбачає підвищення цін на готову продукцію, втрату частини покупців, зниження прибутку, уповільнення розвитку виробничої бази організації.

За рахунок можливості залучення додаткових інвестицій організація має можливість збільшити обсяги виробництва, прибуток, поліпшити умови праці працівників. Однак негативна тенденція розвитку політико-правових чинників ускладнює розвиток виробничої бази організації, нарощування обсягів виробництва, зняття з виробництва частини продукції, що випускається за рахунок зменшення замовлень з боку підприємств-споживачів, а також в результаті порушень поставок з боку зарубіжних постачальників.

Проаналізуємо можливі загрози будівельного ринку України та заходи, які доцільно прийняти ТОВ «Нова лінія» для їх вирішення:

1) Політичні

1. Нормативно-правова база. Залежно від прийнятих законів, нормативних актів ТОВ «Нова лінія» слід підлаштовувати свою діяльність під встановлений регламент, мати в своєму штаті грамотних юристів, бухгалтерів для грамотного ведення звітності.

2. Посилення законодавства. Ускладнює розвиток виробничої бази організації, нарощування обсягів виробництва, зняття з виробництва частини продукції, що випускається.

3. Погіршення політичної обстановки. Передбачає зниження обсягів

виробництва за рахунок зменшення замовлень з боку підприємств-споживачів, а також в результаті порушень поставок з боку зарубіжних постачальників.

2) Економічні

4. Орієнтація на ринкове регулювання економіки. Своєчасне виявлення потреб ринку, випуск конкурентоспроможної продукції.

5. Рівень інфляції. Скоротити терміни дебіторської заборгованості, мати можливість перечекати кризу без зупинки виробництва.

6. Рівень безробіття. У період зниження рівня безробіття своєчасно реагувати на зростаючий попит.

7. Грошові доходи споживачів. Пропонувати покупцям різноманітний асортимент, високої якості, мати також у виробництві товар орієнтований на жителів із середнім достатком.

8. Зміна курсу валют. Підвищення курсу валюти слід передбачити заздалегідь і при укладанні контрактів обумовити даний пункт в договорі.

3) Соціальні

– Мобільність населення. Швидко реагувати на підвищення попиту, проводити грамотний маркетинг.

1. "Старіння населення". Планування відповідного продуктового портфеля.

2. Рівень освіти. Ухвалення на роботу грамотних фахівців, або мотивувати працівників на підвищення кваліфікації.

3. Стабільність в суспільстві. Даний фактор гарантує постійне отримання прибутку, тому з'являється можливість розширення виробництва, але тільки в разі позитивного економічного прогнозу на майбутнє.

4) Технологічні

4. НТП в сфері виробництва. Мати можливість застосувати нові технології в своєму виробництві, підвищувати кваліфікацію працівників відповідно до новими технологіями.

5. НТП в соціальній сфері. Надання покупцям продукцію відповідно до

пред'являються попитом.

Таким чином, здійснивши PEST-аналіз, можемо констатувати, що на ТОВ «Нова лінія» в більшій мірі чинять негативний вплив політичні та економічні фактори, оскільки серед визначених найбільш впливових з них, більшість отримали достатню оцінку підкріплену негативним впливом. Це свідчить про значну політичну та економічну нестабільність в країні. Щодо соціальних та технологічних факторів, то вони загалом мають достатньо сильний та позитивний вплив на організацію.

2.2. Організаційне та методичне забезпечення бухгалтерського обліку операцій з продажу товарів через інтернет

Ефективна система бухгалтерського обліку включає в себе різноманітні складові, які спільно забезпечують точне, систематичне і надійне відображення фінансової діяльності підприємства.

Оцінка товарі під час їх продажу через інтернет-магазин ТОВ «Нова лінія 1» здійснюється за допомогою методів, які наведено в п.п. 16-22 ПСБО 9 Запаси. Відповідно до п.2.1. Методрекомендацій №635, метод вибуття запасів вказано в наказі про облікову політику.

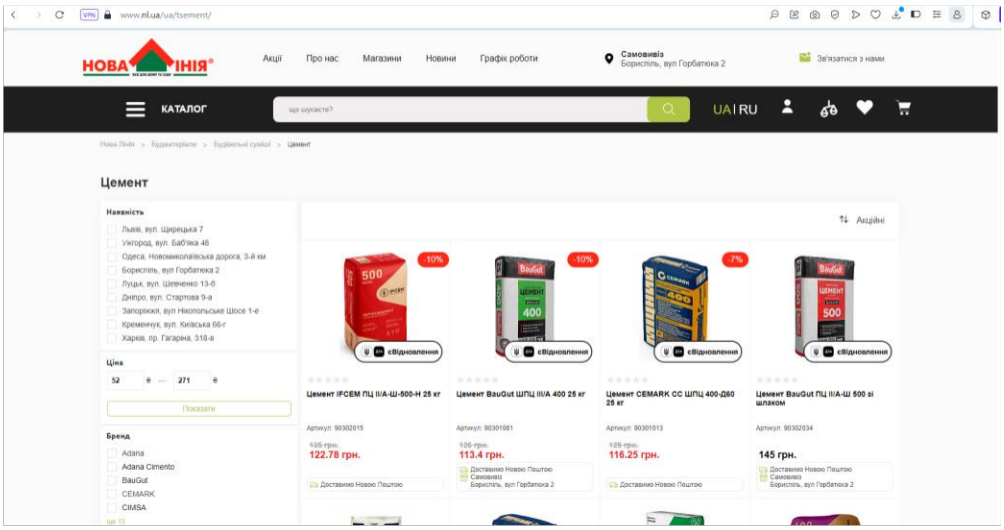


Рис.2.2. Інтернет-магазин Нова лінія

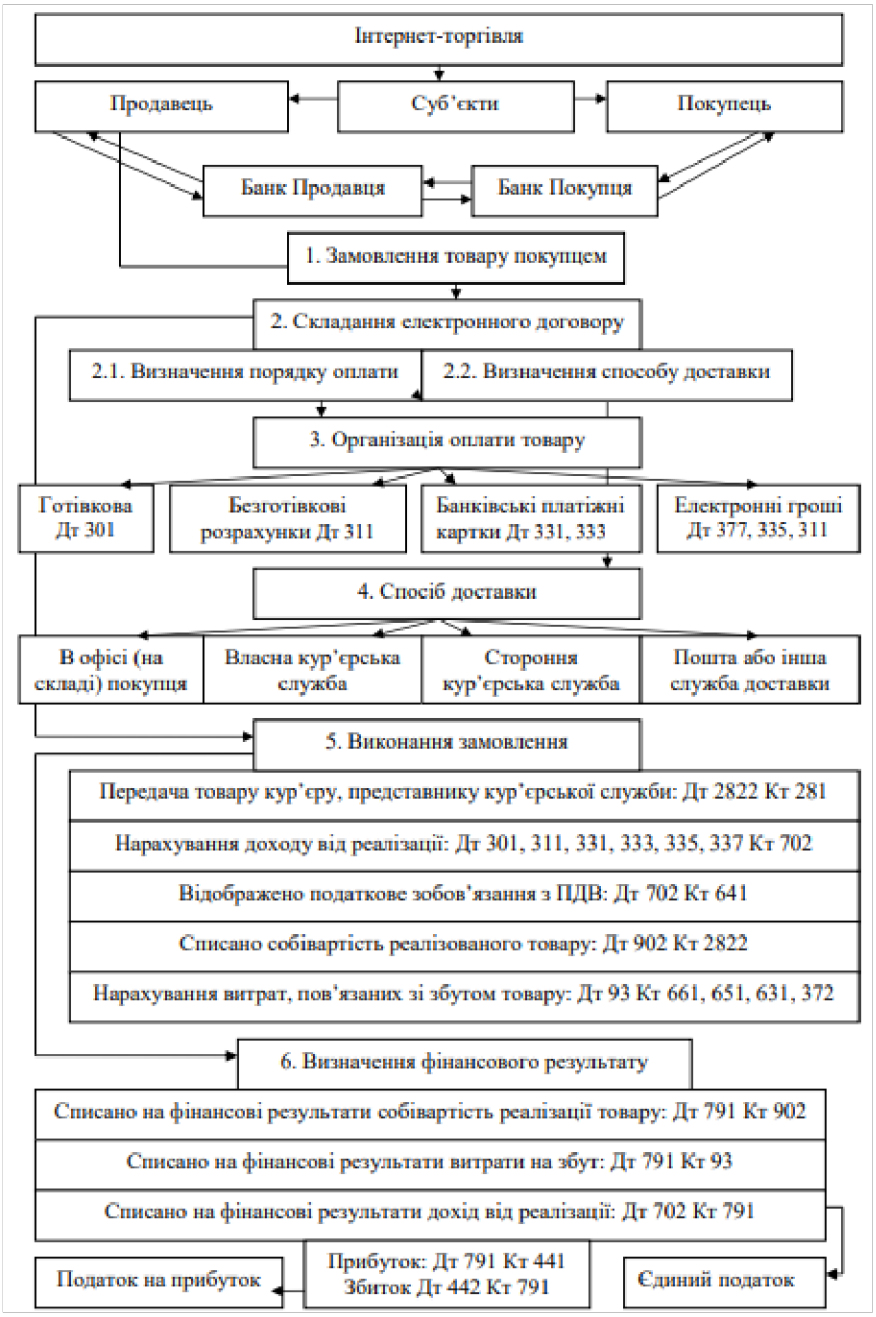


Рис. 2.3. Алгоритм здійснення Інтернет-торгівлі

Джерело: розроблено автором

Запаси ТОВ «Нова лінія 1» відображають за найменшою з двох величин: собівартістю та чистою вартістю реалізації, яка являє собою очікувану ціну реалізації під час звичайної господарської діяльності, за вирахуванням вартості завершення та витрат на продаж. Собівартість реалізованих товарів визначають за допомогою формули "перше надходження - перший видаток" (метод ФІФО).

Щодо визнання доходів від реалізації товарів ТОВ «Нова лінія 1», тут необхідно взяти до уваги правила п. 8 П(С)БО 15 «Дохід». Таким чином, дохід (виручка) від реалізації товарів ТОВ «Нова лінія 1» визнається за виконання таких умов:

- ризики та вигоди, які пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив), передані покупцю;

- сума доходу може бути достовірно визначена;

- управління та контроль за реалізованою продукцією (товарами, іншими активами) підприємство надалі не здійснює;

- у підприємства є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигід, а витрати, які понесло підприємство в результаті цієї операції, можуть бути достовірно оцінені.

Відповідно до того, яким чином буде доставлений товар покупцеві, момент визначення вищевказаних умов буде відрізнятися. Наприклад, якщо споживач самостійно забере товар (самовивіз), дохід в інтернет-магазину ТОВ «Нова лінія 1» виникне в момент передачі товару споживачеві. Якщо ж товар буде доставлений споживачеві кур'єрською службою чи поштою, то дохід ТОВ «Нова лінія 1» визнається після одержання підприємством документів, які підтверджують передання товарів покупцеві.

ТОВ «Нова лінія 1» доручає доставку товарів до споживача як власним кур'єрам, так і стороннім / кур'єрським організаціям (перевізникам).

Для обліку товарів, що передаються власним кур'єрам для доставки споживачам, у ТОВ «Нова лінія 1» відкрити окремий аналітичний рахунок, 2813 «Товари, передані кур'єрам». Під час передачі товарів кур'єру відображається проведення Дт 2813 Кт 2811. З кур'єрами інтернет-магазин ТОВ «Нова лінія 1» укладено договори про повну матеріальну відповідальність.

Розподіл обов'язків та відповідальності між учасниками процесу обліку важливий для забезпечення ефективності та точності фінансової звітності підприємства. Обов'язки та відповідальності, які розподілені між учасниками:

Керівництво компанією:

– Визначення стратегічних фінансових цілей та політик.

– Затвердження бюджетів та планів фінансової діяльності.

– Забезпечення дотримання стандартів обліку та внутрішніх контрольних процедур.

Фінансовий директор (головний бухгалтер):

– Ведення бухгалтерського обліку та підготовка фінансової звітності.

– Організація операцій з оплатою та отриманням коштів.

– Координація зовнішньої аудиторської перевірки та звітності перед регуляторами.

Відділ обліку:

– Введення фінансових транзакцій у систему обліку.

– Обробка і аналіз бухгалтерської інформації.

– Підготовка податкової звітності та інших внутрішніх звітів.

Відділ продажів:

– Збір і обробка замовлень від клієнтів.

– Введення інформації про продажі у бухгалтерську систему.

– Забезпечення вчасної відправки та доставки товарів.

Відділ закупівель:

– Реєстрація витрат на закупівлю товарів та послуг.

– Внесення інформації про закупівлі у бухгалтерську систему.

– Контроль за вчасною оплатою постачальників.

Аудитори/інспектори:

– Перевірка та аналіз фінансової звітності.

– Виявлення можливих ризиків та недоліків у системі обліку.

– Розробка рекомендацій з покращення бухгалтерського обліку.

Для ТОВ «Нова лінія 1» важливо, щоб кожен учасник процесу обліку розумів свої обов'язки та відповідальність, а також дотримувався внутрішніх правил та стандартів компанії.

Облік фінансових операцій ТОВ «Нова лінія 1» включає в себе різноманітні методи та прийоми для реєстрації та обробки фінансових транзакцій:

– Подвійний запис. Це основний принцип бухгалтерського обліку, за яким кожна фінансова транзакція відображається у двох або більше рахунках одночасно, де кожен дебет (збільшення) має відповідати кредиту (зменшенню) на однакову суму.

– Кешбук (журнал). Це журнал, в якому записуються всі фінансові транзакції в хронологічному порядку. Кожен запис включає дату, опис операції, суму дебету та кредиту, а також номери рахунків.

– Рахунки. Рахунки представляють собою категорії, в яких ведеться облік фінансових транзакцій. Вони можуть бути класифіковані за типом активу, пасиву, власного капіталу, доходів або витрат.

– Баланс та звіт про прибутки і збитки. Баланс відображає фінансовий стан підприємства на певну дату, показуючи активи, пасиви та власний капітал. Звіт про прибутки і збитки показує фінансові результати за певний період часу, відображаючи доходи, витрати та чистий прибуток або збиток.

– Амортизація. Це процес відображення зносу основних засобів протягом їх корисного терміну використання. Він допомагає розподілити вартість активу протягом його прибуткового життєвого циклу.

– Переоцінка активів та зобов'язань. У деяких випадках активи та зобов'язання можуть бути переоцінені для відображення їх поточної ринкової вартості.

– Реєстрація податкових операцій. Особливий облік фінансових операцій, який потрібен для розрахунку та виплати податків.

– Контроль і аналіз фінансової інформації. Система внутрішнього контролю та аналізу допомагає виявляти помилки, ризики та можливості для удосконалення фінансового управління.

Ці методи та прийоми обліку допомагають ТОВ «Нова лінія 1» забезпечити точність, достовірність та релевантність фінансової інформації, яка використовується для прийняття управлінських рішень та відображення фінансового стану підприємства.

Використання спеціалізованого програмного забезпечення для бухгалтерського обліку в інтернет-торгівлі ТОВ «Нова лінія 1» значно полегшує та автоматизує процеси обліку фінансових операцій, замовлень, оплати та інші аспекти діяльності. Основні функції та можливості, які доступні у програмному забезпеченні:

– Управління складом. Система може допомогти відслідковувати кількість товарів на складі, автоматично оновлювати інформацію про наявність товарів у веб-магазині та генерувати сповіщення про необхідність поповнення запасів.

– Обробка замовлень. Програмне забезпечення може автоматично обробляти замовлення, включаючи генерацію рахунків, виписку накладних для доставки та відправку підтверджень замовлень клієнтам.

– Інтеграція з платіжними системами. Можливість підключення до різних платіжних систем, таких як PayPal, Stripe, банківські картки тощо, для забезпечення безпечних та зручних оплат товарів.

– Фінансовий облік. Автоматичне ведення обліку фінансових операцій, включаючи отримання платежів, виплату постачальникам, облік витрат та інших фінансових транзакцій.

– Звітність і аналітика. Генерація різноманітних звітів та аналітична інформація про продажі, запаси, витрати та інші показники діяльності, що допомагає в прийнятті управлінських рішень.

– Управління клієнтами. Ведення бази даних клієнтів, аналіз їхніх покупок та попередніх замовлень, надання індивідуальних пропозицій та знижок.

– Безпека даних. Забезпечення захисту конфіденційності та цілісності фінансової інформації, включаючи використання шифрування даних та інших заходів безпеки.

Аналіз фінансових результатів діяльності в інтернет-торгівлі ТОВ «Нова лінія 1» виконується за допомогою різних методів та підходів:

– Порівняльний аналіз. Цей метод полягає в порівнянні фінансових показників інтернет-торгового підприємства з показниками попередніх періодів, а також з показниками аналогічних підприємств у тій же галузі. Це дозволяє виявити тенденції та показники в часі та відносно конкурентів.

– Вертикальний аналіз. Цей підхід полягає в аналізі внутрішньої структури фінансових звітів, зокрема визначенні відсоткового співвідношення кожного окремого показника до загальних величин, наприклад, до загального обсягу продажів або активів. Це допомагає виявити структурні зміни та тенденції.

– Горизонтальний аналіз. Цей метод включає аналіз змін фінансових показників протягом певного періоду часу. Він дозволяє виявити зростання або зниження величин та їх вплив на фінансовий стан підприємства.

– Фінансові показники та кошториси. Аналіз різних фінансових показників, таких як коефіцієнти ліквідності, рентабельності, оборотності активів тощо. Використання бюджетів та кошторисів для порівняння фактичних результатів з планованими.

– Розрахунок ключових показників ефективності. Оцінка таких показників, як витрати на залучення клієнтів (CAC), середній чек покупця, кількість повторних покупок, конверсійні ставки тощо. Ці показники допомагають оцінити ефективність маркетингових та продажних стратегій.

– SWOT-аналіз. Аналіз сильних і слабких сторін, можливостей та загроз підприємства в Інтернет-торгівлі з фінансової точки зору. Це допомагає ідентифікувати ключові фактори, які впливають на фінансовий успіх підприємства.

Ці методи та підходи допомагають ТОВ «Нова лінія 1» в інтернет-торгівлі оцінювати їх фінансовий стан, виявляти тенденції та проблеми, а також приймати обґрунтовані управлінські рішення для покращення ефективності та досягнення фінансових цілей.

Для вдосконалення організаційного та методичного забезпечення бухгалтерського обліку операцій з продажу товарів через Інтернет на підприємстві можна запропонувати наступні рекомендації. Організація навчань та тренінгів з питань бухгалтерського обліку в інтернет-торгівлі для персоналу допоможе покращити їх розуміння процесів та вміння працювати з програмним забезпеченням. Розроблення та впровадження ефективних систем внутрішнього контролю дозволить попередити виникнення помилок та шахрайства, забезпечити високу точність та достовірність облікової інформації. Важливо систематично оновлювати програмне забезпечення, враховувати зміни в законодавстві та бухгалтерських стандартах, а також впроваджувати нові технології та методи ведення обліку. Співпраця між фахівцями з бухгалтерського обліку та IT-спеціалістами допоможе забезпечити оптимальну роботу системи обліку та її відповідність потребам підприємства. Ці рекомендації спрямовані на забезпечення ефективного та надійного функціонування системи обліку операцій з продажу товарів через Інтернет та підвищення якості фінансового управління на підприємстві.

2.3. Оподаткування операцій з продажу товарів через інтернет

Інтернет-магазин ТОВ «Нова лінія 1» є платником ПДВ, тому під час продажу товарів на дату «першої події» має визнати податкові зобов'язання з ПДВ (п. 185.1 іп. 187.1 ПКУ).

Дохід від реалізації товарів, що доставляються власними кур'єрами, потрібно визнавати після отримання від кур'єра документів, які підтверджують передання товарів споживачеві. Одночасно з визнанням доходу необхідно відобразити й собівартість даних товарів.

Важливою складовою ведення інтернет-торгівлі, є патентування торговельної діяльності. Таким чином, підприємству, яке здійснює торгівлю через мережу Інтернет, необхідно придбати патент в таких випадках:

- покупці сплачують за товари готівкою або за допомогою банківських платіжних карток у приміщенні підприємства. У даному випадку торговий патент купується за місцезнаходженням пункту продажу товарів (приміщення підприємства) й розміщується на вітрині магазину (офісу інтернет-магазину), а у разі її відсутності - біля касового апарата;

- покупці сплачують за товари готівкою кур'єру. В даному випадку торговий патент купується за місцем реєстрації підприємства. Патент дійсний на всій території України. Він повинен розміщатися на табличці в транспортному засобі, який здійснює перевезення товар і кур'єра, або знаходитись безпосередньо у кур'єра;

-якщо покупці сплачують за товари готівкою як у приміщенні підприємства, так і кур'єру, підприємству потрібно купити два патенти - один для приміщення магазину, а інший для пересувної торговельної мережі.

Особа, яка поставляє товари або послуги на митній території України з використанням глобальної чи локальних комп'ютерних мереж, підлягає обов'язковій реєстрації як платник податку на додану вартість, незалежно від суми річного доходу. При цьому особа-нерезидент може здійснювати даний вид діяльності тільки через своє постійне представництво, зареєстроване на території України.

Таким чином, щоб провадити інтернет-торгівлю, фізична чи юридична особа повинна знаходитись на загальній системі оподаткування і являтись платником ПДВ.

Бухгалтерський та податковий облік операцій в електронній торгівлі містить у собі два основні аспекти: облік витрат на створення та функціонування інтернет-магазину та облік розрахунків з покупцями.

Розглянемо більш детально облік витрат на створення та функціонування інтернет-магазину ТОВ «Нова лінія 1».

Витрати, що відносяться до виготовлення веб-сайту, в обліку підприємства потрібно відображати наступним чином: визнати веб-сайт нематеріальним активом та витрати на його створення – капітальними витратами.

Так як веб-сайт являється результатом творчої діяльності, то він є об'єктом авторського права, а таке авторське право належить підприємству. У випадку, коли договір на створення сайту передбачає перехід до платника податку - замовника авторського права на цей сайт, то витрати, понесені таким платником згідно з цим договором, підлягають амортизації ГП.

Втрати, що понесло підприємство на створення сайту, обліковується на субрахунку 154 «Придбання (створення) НМА», а при введенні сайту в експлуатацію списується на субрахунок 125 «Авторське право і суміжні з ним права». Введення веб-сайту в експлуатацію здійснюється на підставі «Акту введення в господарський оборот об'єкта права інтелектуальної власності в складі нематеріальних активів».

Нарахування амортизації на веб-сайт здійснюється протягом строку корисного використання, який встановлюється наказом при зарахуванні його на баланс, але не більше 20 років. Метод амортизації НМА також обирається підприємством самостійно, виходячи з умов одержання надалі економічної вигоди (п.27 П(С)БО 8). Якщо дані умови неможливо визначити, то застосовується прямолінійний метод списання.

Амортизаційні відрахування здійснюються до досягнення залишкової вартості НМА, що дорівнює нульовому значенню.

Витрати, що понесені підприємством на плату за доменне ім'я (домен не продається, а передається в тимчасове використання), оплату послуг хостінгу

(оренда дискового простору), колокейшину (оренда сервера та простору у провайдера), включаються до складу витрат як витрати, що пов'язані з підготовкою й організацією виробництва, а також продажем продукції, робіт та послуг. Тобто витрати на утримання веб-сайту відображаються на рахунку 93 «Витрати на збут». Кореспонденцію рахунків з обліку витрат на створення та функціонування інтернет-магазину наведено в таблиці 2.4

Таблиця 2.4

Кореспонденція рахунків з обліку витрат інтернет-магазину

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Витрати на розробку сайту	154	631
2	Податковий кредит з ПДВ	641	631
3	Витрати на реєстрацію доменного імені, хостинг та супровід сайту	154	631
4	Податковий кредит з ПДВ	641	631
5	Оплачено послуги щодо організації роботи сайту	631	311
6	Web-сайт введено в експлуатацію	125	154
7	Нарахована амортизація	93	133

Відображення операцій з розрахунків з покупцями в торгівлі через мережу Інтернет в бухгалтерському обліку здійснюється залежно від способів доставки (самовивіз товару покупцем; доставка кур'єром; доставка поштою) та виду розрахунку (готівковий чи безготівковий). Для зручності та з метою бухгалтерського і податкового обліку операцій в інтернет-торгівлі можна виокремити 3 типи розрахункових операцій:

1. безготівкові розрахунки (переказ за допомогою банківської картки);

2. оплата готівкою: є через кур'єрську службу підприємства; » за допомогою послуг сторонньої кур'єрської організації; є через поштові відділення; е оплата готівкою в офісі магазина.

3. розрахунки за допомогою електронних грошей.

Нижче розглянемо детальніше дані операції.

У разі наявності на підприємстві власної кур'єрської служби, підприємство має проводити розрахунки за допомогою реєстратора розрахункових операцій, у даному випадку портативного. У цьому разі,

суб'єкт господарювання складає «Звіт про використання РРО». Підприємство також повинне придбати торговий патент, так як з'являється місце продажу товарів. Патент повинен знаходитись у кур'єра під час передачі товарів покупцеві. Розглянемо операції з обліку готівкових розрахунків з покупцями з доставкою за допомогою кур'єра (таблиця 2.5).

Таблиця 2.5

Кореспонденція рахунків з обліку готівкових операції з покупцями з доставками через кур’єра

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Передано кур’єру зі складу	2811	281
2	Податкове зобов’язання з ПДВ	643	641
3	Передано кур’єром товар покупцеві та отримано кошти	303	702
4	Податкові зобов’язання з ПДВ	702	643
5	Списано собівартість реалізованого товару	902	2811
6	Визначення фінансового результату	702 791	791 902

Таблиця 2.6

Кореспонденція рахунків з обліку розрахунків з покупцями за передоплатою (з доставкою за допомогою кур’єра)

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Отримано передоплату від покупця за товар	311	681
2	Податкове зобов’язання з ПДВ	643	641
3	Передано кур’єру товар зі складу	2811	281
4	Передано кур’єром товар покупцю	361	702
5	Податкові зобов’язання з ПДВ	702	643
6	Списано собівартість реалізованого товару	902	2811
7	Визначення фінансового результату	702 791	791 902
8	Зараховано зобов’язання за передоплатою	681	361

У разі, коли підприємство використовує послуги сторонньої кур'єрської організації, то кур'єр, котрий отримує кошти за товар, повинен внести її на банківський рахунок підприємства. З кур'єрською службою повинен бути укладений договір, де передбачається передача матеріальної відповідальності

і надання звіту про виконання замовлення. У разі доставки товарів за допомогою пошти, товар разом із супроводжуючими документами передається відповідальній особі, з якою укладається договір про повну матеріальну відповідальність. Дана особа повинна оформити відправлення на адресу покупця та сплатити поштові послуги за доставку. Далі продавцю надсилається повідомлення про факт отримання товару. Якщо умовами договору підприємства з покупцем та договору підприємства з поштою передбачено оплату в момент отримання товару на поштовому відділенні, то покупець вносить кошти для перерахування на банківський рахунок продавця. У разі, якщо товару отримується в офісі продавця, факт приймання- передачу товару фіксують у бланку замовлення на доставку товару (в двох екземплярах - один для продавця, другий покупця). Приймання готівки оформлюють за допомогою реєстратора розрахункових операцій. В той же час, споживачеві можуть надаватися інші документи, такі як технічний паспорт на товар чи другий примірник податкової накладної, якщо споживач є платником ПДВ.

Під час розрахунків за допомогою банківського переказу, покупець повинен роздрукувати документ з веб-сайту та сплатити за товари/послуги за допомогою банківського переказу на поточний рахунок постачальника товарів/послуг. Кожен інтернет-магазин самостійно розробляє форму бланка для замовлення. Заповнене, надіслане продавцю та підтверджене ним замовлення є договором між продавцем та споживачем, тобто засвідчує обов'язок продавця надати товар та обов'язок споживача сплатити рахунок товар. У бланку замовлення повинні міститися наступні дані: назва суб'єкта господарювання, його банківські реквізити, місцезнаходження; найменування товару; ціна товару; кількість товару; загальну вартість товару; вартість послуг, які надаються додатково; дату (час) виконання замовлення; місцезнаходження одержувача та інші необхідні дані.

У разі розрахунку електронними грошима, можуть бути використані різні платіжні системи. Під час розрахунку електронними грошима підтвердженням оплати являється виписка з електронного гаманця, яку

продавець і покупець частіше за все отримують в електронній формі. Розрахунки за допомогою електронних грошей ускладнюються тим, що з метою визначення бази оподаткування, суми отриманого доходу мають бути підтверджені за допомогою виписок банків, тобто такі розрахунки повинні проводитись за допомогою банку.

Україна в останні роки активно розвиває програми та надає податкові стимули для підтримки інтернет-бізнесу, зокрема електронної комерції та стартапів.

Оподаткування інтернет-торгівлі стає все більш актуальною проблемою для багатьох країн через швидкий розвиток цифрової економіки та зростання обсягів онлайн-продажів.

Розвиток ефективних та прозорих механізмів стягнення податків та податкового контролю в інтернет-торгівлі важливий для забезпечення справедливості, конкурентоспроможності та фінансової стійкості країн у цифрову епоху.

Для вдосконалення оподаткування операцій на ТОВ «Нова лінія 1» ми пропонуємо деталізувати аналітичні рахунки наступним чином (рис.2.4).

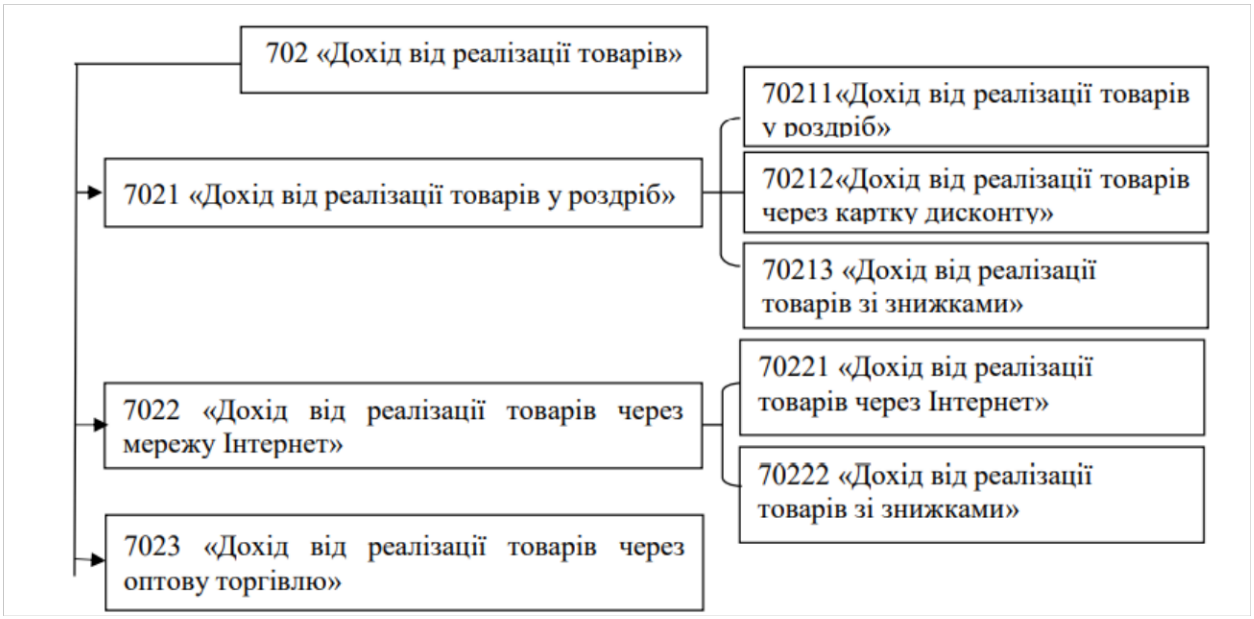


Рис. 2.4. Відображення деталізації аналітичних рахунків

Вважаємо, що саме така деталізація аналітичних рахунків підвищить ефективність прийняття управлінських рішень в розрізі впливу детальних факторів що утворюють дохід. Розподілення доходу за субрахунками четвертого порядку дає змогу зрозуміти шляхи отримання найбільших доходів. Так, наприклад, виділення субрахунку 7022«Дохід від реалізації товарів через мережу Інтернет» дає уявлення про об'єми доходів від цього напрямку діяльності. Рахунок 7021 «Дохід від реалізації товарів у роздріб» показує об'єм доходу від роздрібної торгівлі. Більш детальна деталізація субрахунку 70212 «Дохід від реалізації товарів через картку дисконту» буде 702 «Дохід від реалізації товарів» 7021 «Дохід від реалізації товарів у роздріб» 7022 «Дохід від реалізації товарів через мережу Інтернет» 7023 «Дохід від реалізації товарів через оптову торгівлю» 70212«Дохід від реалізації товарів через картку дисконту» 70213 «Дохід від реалізації товарів зі знижками» 70222 «Дохід від реалізації товарів зі знижками» 70221 «Дохід від реалізації товарів через Інтернет» 70211«Дохід від реалізації товарів у роздріб» показувати кількість постійних клієнтів та їх зацікавлення у товарних пропозиціях із персональними знижками. Для управлінців така інформація є вичерпною у формуванні товарних пропозицій та потенційних смаків покупців. Стаття 70213 «Дохід від реалізації товарів зі знижками» є показовою статтею при успішності проведених маркетингових акцій або об'єму реалізації уціненого або переоціненого товару як в роздрібній так і в збуті через мережу Інтернет.

Поряд з питанням удосконаленням обліку доходів постає питання удосконалення витрат торговельного підприємства. Часто виникає питання в недостатності інформації з існуючих статей в плані рахунків, тому ми виділяємо окремі статті витрат за напрямками діяльності торговельного підприємства для більш ефективного управлінського обліку. Такі статті утворюються лише для внутрішніх потреб та не є широкодоступною інформацією. Структура субрахунків витрат на собівартість реалізованих товарів наведена у табл.2.7.

Таблиця 2.7

Структура аналітичних рахунків витрат

Синтетичний рахунок	Синтетичні рахунки третього та четвертого порядку	Детальна характеристика
902 «Собівартість реалізованих товарів»	902.1 «Собівартість реалізованих товарів в роздріб»	Відображається собівартість реалізованих товарів через пункти роздрібної торгівлі
	902.2 «Собівартість реалізованих товарів через мережу Інтернет»	Відображається собівартість реалізованих товарів через мережу Інтернет
	902.3 «Собівартість реалізованих через оптову торгівлю»	Відображається собівартість реалізованих товарів оптовим покупцям

Розподілення собівартості витрат за шляхами реалізації дає повне уявлення яка група товарів має найбільшу питому вагу у доході.

При розмежуванні діяльності постає проблема і в розподільному відображені в обліку фінансових результатів. Для цього ми пропонуємо розмежувати рахунок 791 «Результат операційної діяльності» на два аналітичні рахунки:

7911 «Результати від роздрібної операційної діяльності»

7912 «Результати від цифрової операційної діяльності»

7913 «Результати від оптової операційної діяльності»

Таке розмежування дає можливість без зайвих витрат часу та на очну зрозумілість відповідно до кожного виду діяльності даючи достовірну картину стосовно активності показників динаміки в прийнятті управлінських рішень.

Висновки до розділу 2

У зв'язку з розвитком Інтернет-торгівлі та змінами в споживчому поведінці клієнтів необхідно адаптувати методи та процеси бухгалтерського обліку для відповідності новим вимогам.

Впровадження сучасних технологій, таких як автоматизовані системи обліку та програмне забезпечення для аналізу даних, є важливим етапом для ефективного управління фінансовими та операційними процесами.

У зв'язку зі швидкими змінами в інформаційних технологіях та правовому середовищі, персонал, що відповідає за бухгалтерський облік, повинен постійно підтримувати свої знання та навички на високому рівні.

Враховуючи збільшення обсягів операцій через Інтернет, важливо вдосконалити системи внутрішнього контролю для запобігання шахрайству та зловживанням.

Велика кількість даних, що генерується в інтернет-торгівлі, вимагає постійного моніторингу та аналізу для виявлення тенденцій та вчасного прийняття стратегічних рішень.

Отже, ефективне організаційне та методичне забезпечення бухгалтерського обліку операцій з продажу товарів через Інтернет є ключовим для успішного функціонування компанії в умовах сучасного цифрового бізнесу.

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ ТОВ «НОВА ЛІНІЯ 1»

3.1. Оцінка основних аналітичних показників діяльності підприємства

Оцінка основних аналітичних показників діяльності підприємства є важливою складовою успішного управління бізнесом. Аналітичні показники допомагають визначити ефективність різних аспектів діяльності підприємства, включаючи продажі, фінансовий стан, операційну ефективність тощо. Це дозволяє керівництву швидко виявляти успіхи та проблемні ситуації та приймати відповідні заходи. На основі аналітичних даних можна розробляти стратегії розвитку та плани дій на майбутнє. Це дозволяє підприємству підготуватися до змін у ринкових умовах та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Аналітичні дані допомагають виявити ринкові тенденції та можливості для розвитку бізнесу. Це дозволяє підприємству адаптуватися до змін у споживчому попиті та конкурентному середовищі. Аналіз фінансових показників допомагає вчасно виявляти фінансові проблеми та ризики, такі як недостатність ліквідності або нерентабельність проектів, що дозволяє підприємству уникати серйозних фінансових проблем. Шляхом постійного аналізу та оцінки показників діяльності підприємство може зміцнити свою конкурентоспроможність на ринку, шляхом вдосконалення процесів, оптимізації витрат та вдосконалення стратегічних планів. Отже, оцінка основних аналітичних показників діяльності підприємства є необхідною для ефективного управління бізнесом, прийняття обґрунтованих рішень та забезпечення його успішного розвитку.

Таблиця 3.1

Динаміка активів ТОВ «Нова Лінія 1» в 2021 - 2023 рр., тис. грн.

Показники	Рік			Абсолютний приріст (відхилення), +,–		Відносний приріст (відхилення), %		
	2021	2022	2023	2022 / 2021	2023 / 2022	2022 / 2021	2023 / 2022	2023 / 2021
Нематеріальні активи	181	4	3	-177	-1	-97,79	-25	-98,34
Незавершені капітальні інвестиції	9 605	1 017	468	-8 588	-549	-89,41	-53,98	-95,13
Основні засоби:	713 360	466 281	307 063	-247 079	-159 218	-34,64	-34,15	-56,96
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	72 318	16 962	16 962	-55 356	0	-76,55	0	-76,55
Інші фінансові інвестиції	68 977	68 977	68 977	0	0	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	772	305	0	-467	-305	-60,49	-100	-100
Відстрочені податкові активи	0	28 257	41 261	28 257	13 004	-	46,02	-
Інші необоротні активи	58 146	58 019	25 041	-127	-32 978	-0,22	-56,84	-56,93
НЕОБОРОТНІ АКТИВИ	923 359	639 822	459 775	-283 537	-180 047	-30,71	-28,14	-50,21
Виробничі запаси	4 908	3 745	3 630	-1 163	-115	-23,7	-3,07	-26,04
Товари	2 037 936	1 837 801	1 808 619	-200 135	-29 182	-9,82	-1,59	-11,25
Запаси	2 042 844	1 841 546	1 812 249	-201 298	-29 297	-9,85	-1,59	-11,29
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	205 811	312 985	279 542	107 174	-33 443	52,07	-10,69	35,82
Дебіторська заборгованість за виданими авансами	13 837	19 904	10 843	6 067	-9 061	43,85	-45,52	-21,64

Продовження табл.3.1.

Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	0	2 124	3	2 124	-2 121	-	- 99,86	-
Дебіторська заборгованість з нарахованих доходів	301	8	3	-293	-5	-97,34	-62,5	-99
Інша поточна дебіторська заборгованість	493 425	1 074 235	1 493 533	580 810	419 298	117,71	39,03	202,69
Гроші та їх еквіваленти	56 747	106 353	56 115	49 606	-50 238	87,42	- 47,24	-1,11
Інші оборотні активи	17 248	33 524	17 445	16 276	-16 079	94,36	- 47,96	1,14
ОБОРОТНІ АКТИВИ	2 830 213	3 390 679	3 669 733	560 466	279 054	19,8	8,23	29,66
БАЛАНС	3 753 572	4 030 501	4 129 508	276 929	99 007	7,38	2,46	10,02

Як бачимо у табл.3.1, у 2023 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається зменшення необоротних активів за рахунок оборотних активів, а саме – дебіторської заборгованості.

Таблиця 3.2.

Динаміка джерел фінансування ТОВ «Нова Лінія 1» в 2021 - 2023 рр., тис. грн.

Показники	Рік			Абсолютний приріст (відхилення), +,–		Відносний приріст (відхилення), %		
	2021	2022	2023	2022 / 2021	2023 / 2022	2022 / 2021	2023 / 2022	2023 / 2021
Зареєстрований (пайовий) капітал	1 576	1 576	1 576	0	0	0	0	0
Капітал у дооцінках	1 143 226	737 352	692 722	-405 874	-44 630	-35,5	-6,05	-39,41
Додатковий капітал	57 863	57 863	57 863	0	0	0	0	0
Резервний капітал	236	236	236	0	0	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	241 206	670 687	1 005 896	429 481	335 209	178,06	49,98	317,03
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ	1 444 107	1 467 714	1 758 293	23 607	290 579	1,63	19,8	21,76

Продовження табл.3.2.

Відстрочені податкові зобов'язання	19 337	0	0	-19 337	0	-100	-	-100
Інші довгострокові зобов'язання	47	16 866	6 259	16 819	-10 607	35 785,11	- 62,89	13 217,02
ДОВГОСТРОКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	19 384	16 866	6 259	-2 518	-10 607	-12,99	- 62,89	-67,71
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	9 091	56 392	17 058	47 301	-39 334	520,31	- 69,75	87,64
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	2 105 796	2 297 152	2 151 602	191 356	-145 550	9,09	-6,34	2,18
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	55 814	77 125	45 842	21 311	-31 283	38,18	- 40,56	-17,87
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування	6 622	5 008	3 988	-1 614	-1 020	-24,37	- 20,37	-39,78
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці	26 692	19 463	16 095	-7 229	-3 368	-27,08	-17,3	-39,7
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	21 040	30 849	21 463	9 809	-9 386	46,62	- 30,43	2,01
Поточні забезпечення	26 468	26 409	24 632	-59	-1 777	-0,22	-6,73	-6,94
Інші поточні зобов'язання	38 558	33 523	84 276	-5 035	50 753	-13,06	151,4	118,57
ПОТОЧНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	2 290 081	2 545 921	2 364 956	255 840	-180 965	11,17	-7,11	3,27
Баланс	3 753 572	4 030 501	4 129 508	276 929	99 007	7,38	2,46	10,02

Згідно табл.3.2, у 2023 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається суттєве зменшення довгострокових зобов'язань.

Таблиця 3.3

Динаміка фінансових результатів ТОВ «Нова Лінія 1» в 2021 - 2023 рр., тис. грн.

Показники	Рік			Абсолютний приріст (відхилення), +,–		Відносний приріст (відхилення), %		
	2021	2022	2023	2022 / 2021	2023 / 2022	2022 / 2021	2023 / 2022	2023 / 2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	6 049 232	5 013 322	4 825 123	-1 035 910	-188 199	-17,12	-3,75	-20,24
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	4 162 908	3 255 338	3 315 515	-907 570	60 177	-21,8	1,85	-20,36
Валовий прибуток (збиток)	1 886 324	1 757 984	1 509 608	-128 340	-248 376	-6,8	-14,13	-19,97
Інші операційні доходи	19 206	23 841	32 768	4 635	8 927	24,13	37,44	70,61
Адміністративні витрати	97 398	90 441	106 596	-6 957	16 155	-7,14	17,86	9,44
Витрати на збут	1 348 920	1 082 856	1 001 561	-266 064	-81 295	-19,72	-7,51	-25,75
Інші операційні витрати	25 509	440 579	21 036	415 070	-419 543	1 627,15	-95,23	-17,53
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	433 703	167 949	413 183	-265 754	245 234	-61,28	146,02	-4,73
Інші фінансові доходи	544	26 744	119 636	26 200	92 892	4 816,18	347,34	21 891,91
Інші доходи	130	251	621	121	370	93,08	147,41	377,69
Фінансові витрати	4 943	98 582	98 292	93 639	-290	1 894,38	-0,29	1 888,51
Інші витрати	526	85 483	49 490	84 957	-35 993	16 151,52	-42,11	9 308,75
Фінансовий результат до оподаткування:	428 908	10 879	385 658	-418 029	374 779	-97,46	3 444,98	-10,08
Витрати (дохід) з податку на прибуток	81 317	2 976	67 768	-78 341	64 792	-96,34	2 177,15	-16,66
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	347 591	7 903	317 890	-339 688	309 987	-97,73	3 922,4	-8,54

Згідно табл.3.3, у 2023 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається збільшення інших операційних доходів, інших фінансових доходів, інших доходів, фінансових витрат та інших витрат.

Таблиця 3.4

Структура активів ТОВ «Нова Лінія 1» в 2021 - 2023 рр., %

Показники	Рік			Абсолютний приріст (відхилення), +,–		
	2021	2022	2023	2022 / 2021	2023 / 2022	2023 / 2021
Незавершені капітальні інвестиції	0,26	0,03	0,01	-0,23	-0,02	-0,25
Основні засоби:	19	11,57	7,44	-7,43	-4,13	-11,56
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1,93	0,42	0,41	-1,51	-0,01	-1,52
Інші фінансові інвестиції	1,84	1,71	1,67	-0,13	-0,04	-0,17
Довгострокова дебіторська заборгованість	0,02	0,01	0	-0,01	-0,01	-0,02
Відстрочені податкові активи	0	0,7	1	0,7	0,3	1
Інші необоротні активи	1,55	1,44	0,61	-0,11	-0,83	-0,94
НЕОБОРОТНІ АКТИВИ	24,6	15,87	11,13	-8,73	-4,74	-13,47
Виробничі запаси	0,13	0,09	0,09	-0,04	0	-0,04
Товари	54,29	45,6	43,8	-8,69	-1,8	-10,49
Запаси	54,42	45,69	43,89	-8,73	-1,8	-10,53
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	5,48	7,77	6,77	2,29	-1	1,29
Дебіторська заборгованість за виданими авансами	0,37	0,49	0,26	0,12	-0,23	-0,11
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	0	0,05	0	0,05	-0,05	0
Дебіторська заборгованість з нарахованих доходів	0,01	0	0	-0,01	0	-0,01
Інша поточна дебіторська заборгованість	13,15	26,65	36,17	13,5	9,52	23,02
Гроші та їх еквіваленти	1,51	2,64	1,36	1,13	-1,28	-0,15
Інші оборотні активи	0,46	0,83	0,42	0,37	-0,41	-0,04
ОБОРОТНІ АКТИВИ	75,4	84,13	88,87	8,73	4,74	13,47
БАЛАНС	100	100	100	0	0	0

Згідно табл.3.4, у 2023 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається збільшення долі дебіторської заборгованості.

Таблиця 3.5

Структура джерел фінансування ТОВ «Нова Лінія 1» в 2021 - 2023 рр., %

Показники	Рік			Абсолютний приріст (відхилення), +,–		
	2021	2022	2023	2022 / 2021	2023 / 2022	2023 / 2021
Зареєстрований (пайовий) капітал	0,04	0,04	0,04	0	0	0
Капітал у дооцінках	30,46	18,29	16,77	-12,17	-1,52	-13,69
Додатковий капітал	1,54	1,44	1,4	-0,1	-0,04	-0,14
Резервний капітал	0,01	0,01	0,01	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	6,43	16,64	24,36	10,21	7,72	17,93
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ	38,47	36,42	42,58	-2,05	6,16	4,11
Відстрочені податкові зобов’язання	0,52	0	0	-0,52	0	-0,52
Інші довгострокові зобов’язання	0	0,42	0,15	0,42	-0,27	0,15
ДОВГОСТРОКОВІ ЗОБОВ’ЯЗАННЯ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	0,52	0,42	0,15	-0,1	-0,27	-0,37
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов’язаннями	0,24	1,4	0,41	1,16	-0,99	0,17
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	56,1	56,99	52,1	0,89	-4,89	-4
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1,49	1,91	1,11	0,42	-0,8	-0,38
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування	0,18	0,12	0,1	-0,06	-0,02	-0,08
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці	0,71	0,48	0,39	-0,23	-0,09	-0,32
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	0,56	0,77	0,52	0,21	-0,25	-0,04
Поточні забезпечення	0,71	0,66	0,6	-0,05	-0,06	-0,11
Інші поточні зобов’язання	1,03	0,83	2,04	-0,2	1,21	1,01
ПОТОЧНІ ЗОБОВ’ЯЗАННЯ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	61,01	63,17	57,27	2,16	-5,9	-3,74
Баланс	100	100	100	0	0	0

Таблиця 3.6

Динаміка показників ліквідності ТОВ «Нова Лінія 1» в 2021 - 2023 рр.

Показники	Рік			Абсолютний приріст (відхилення), +,–		
	2021	2022	2023	2022 / 2021	2023 / 2022	2023 / 2021
Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	1,24	1,33	1,55	0,09	0,22	0,31
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,34	0,61	0,79	0,27	0,18	0,45
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,02	0,04	0,02	0,02	-0,02	0
Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості	0,32	0,57	0,79	0,25	0,22	0,47

Згідно табл.3.6, у 2023 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається збільшення усіх коефіцієнтів ліквідності. Збільшення всіх коефіцієнтів ліквідності у 2023 році порівняно з 2021 роком є позитивним сигналом для фінансової стійкості та ефективного управління підприємством. Коефіцієнти ліквідності вказують на здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання та оплатити поточні зобов'язання за допомогою доступних коштів.

Таблиця 3.7.

Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Нова Лінія 1» в 2021 - 2023 рр.

Показники	Рік			Абсолютний приріст (відхилення), +,–		
	2021	2022	2023	2022 / 2021	2023 / 2022	2023 / 2021
Власні обігові кошти, тис. грн.	520 748	827 892	1 298 518	307 144	470 626	777 770
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,18	0,24	0,35	0,06	0,11	0,17
Маневреність власних оборотних коштів	0,11	0,13	0,04	0,02	-0,09	-0,07
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами запасів	0,25	0,45	0,72	0,2	0,27	0,47
Коефіцієнт фінансової автономії	0,38	0,36	0,43	-0,02	0,07	0,05

Продовження табл.3.7.

Коефіцієнт фінансової залежності	2,6	2,75	2,35	0,15	-0,4	-0,25
Коефіцієнт фінансового левериджу	1,6	1,75	1,35	0,15	-0,4	-0,25
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,36	0,56	0,74	0,2	0,18	0,38
Коефіцієнт короткострокової заборгованості	0,99	0,99	1	0	0,01	0,01
Коефіцієнт фінансової стійкості (покриття інвестицій)	0,39	0,37	0,43	-0,02	0,06	0,04
Коефіцієнт мобільності активів	3,07	5,3	7,98	2,23	2,68	4,91

Згідно табл.3.7, у 2023 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається збільшення коефіцієнту забезпечення оборотних активів власними коштами, коефіцієнту забезпечення власними оборотними засобами запасів, коефіцієнту фінансової автономії, коефіцієнту маневреності власного капіталу, коефіцієнту маневреності власного капіталу та фінансової стійкості. Загальною тенденцією збільшення цих коефіцієнтів є покращення фінансового стану та стійкості підприємства, що може бути результатом ефективного управління ресурсами та стратегічного планування.

Таблиця 3.8.

Показники ділової активності ТОВ «Нова Лінія 1» (показники оборотності)

Показники	Рік		Абсолютний приріст (відхилення), +,–
	2022	2023	2023 / 2022
Оборотність власного капіталу, обороти	3,44	2,99	-0,45
Оборотність активів, коефіцієнт трансформації, обороти	1,29	1,18	-0,11
Фондовіддача, обороти	8,5	12,48	3,98
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, обороти	1,61	1,37	-0,24
Період одного обороту оборотних активів, днів	223,36	263,39	40,03
Коефіцієнт оборотності запасів, обороти	1,68	1,81	0,13
Період одного обороту запасів, днів	214,78	198,37	-16,41
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, обороти	4,72	3,02	-1,7

Продовження табл.3.8.

Період погашення дебіторської заборгованості, днів	76,21	119,12	42,91
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, обороти	1,38	1,4	0,02
Період погашення кредиторської заборгованості, днів	260,49	257,45	-3,04
Період виробничого циклу, днів	0,48	0,4	-0,08
Період операційного циклу, днів	290,99	317,49	26,5
Період фінансового циклу, днів	30,5	60,04	29,54

Згідно табл.3.8, у 2023 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається збільшення фондовіддачі, коефіцієнту оборотності запасів, періоду погашення дебіторської заборгованості, періоду операційного та фінансового циклу.

Збільшення фондовіддачі може свідчити про більш ефективне управління запасами, що може бути результатом оптимізації логістики, удосконалення системи постачання та зменшення витрат на утримання запасів.

Збільшення коефіцієнту оборотності запасів свідчить про ефективне управління запасами, коли підприємство швидше обертає свій товарний запас, що дозволяє звільняти кошти для інших фінансових потреб.

Збільшення періоду погашення дебіторської заборгованості вказує на затримки в оплаті від клієнтів або зростання обсягу непогашених дебіторських зобов'язань, що може негативно позначитися на ліквідності підприємства.

Збільшення періоду операційного та фінансового циклу може бути результатом затримок у виробничих процесах, укладання угод з постачальниками та отримання оплати від клієнтів, що може призвести до збільшення оборотних циклів підприємства та затримок у фінансових операціях.

Таблиця 3.9.

Динаміка показників рентабельності (збитковості) ТОВ «Нова Лінія 1»

Показник	2022	2023	2023 / 2022
Рентабельність (пасивів) активів (чистий прибуток в чисельнику), %	0,2	7,79	7,59
Рентабельність (пасивів) активів (EBIT в чисельнику), %	2,81	11,86	9,05
Рентабельність (пасивів) активів (EBITDA в чисельнику), %	2,81	11,86	9,05
Рентабельність власного капіталу, %	0,54	19,71	19,17
Рентабельність виробничих фондів, %	1,33	81,44	80,11
Рентабельність продажів за валовим прибутком (валова маржа), %	35,07	31,29	-3,78
Рентабельність продажів за операційним прибутком (операційна маржа), %	3,35	8,56	5,21
Рентабельність продажів за чистим прибутком (чиста маржа), %	0,16	6,59	6,43
Операційна рентабельність витрат, %	3,45	9,3	5,85
Коефіцієнт реінвестування, %	5 434,40	105,45	-5 328,95
Коефіцієнт стійкості економічного зростання, %	29,26	19,06	-10,2
Період окупності активів	492,48	12,83	-479,65
Період окупності власного капіталу	184,22	5,07	-179,15

Згідно табл.3.9, у 2023 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається збільшення більшості коефіцієнтів рентабельності.

3.2. Організаційні засади аудиту операцій з продажу товарів через інтернет

Аудит операцій з продажу товарів в Інтернеті ТОВ «Нова Лінія 1» включає кілька ключових етапів для оцінки ефективності, правомірності та безпеки процесів продажу. Ось основні етапи такого аудиту:

1. Збір і аналіз інформації про процес продажу. Цей етап включає огляд документації, контрактів, звітів, інвентаризації та інших даних, що стосуються продажу товарів в Інтернеті.

2. Оцінка внутрішнього контролю. Аудитор оцінює системи внутрішнього контролю, що вживаються компанією для моніторингу та забезпечення правильності операцій з продажу товарів. Це включає перевірку

процедур оформлення замовлень, обробки платежів, контролю за запасами тощо.

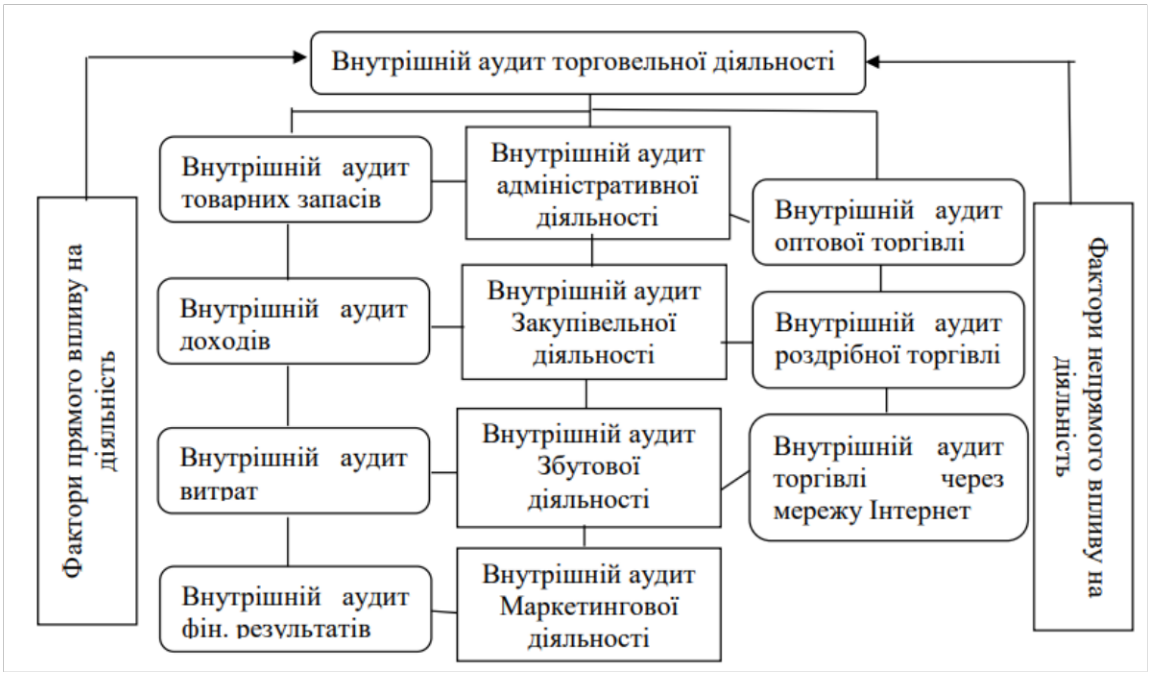


Рисунок 3.3 – Напрямки проведення внутрішнього аудиту ТОВ «Нова Лінія 1»

3. Перевірка юридичної відповідності. Аудитор перевіряє, чи відповідають всі процеси продажу товарів законам та регуляціям, які стосуються електронної торгівлі, таким як закони про захист споживачів, оподаткування, захист персональних даних тощо.

4. Аналіз фінансових транзакцій. Аудитор аналізує фінансові транзакції, щоб переконатися, що вони відбуваються належним чином, без зловживань або шахрайства.

5. Оцінка систем безпеки. Проводиться аналіз систем безпеки, щоб переконатися, що дані клієнтів та фінансова інформація захищені від несанкціонованого доступу та кібератак.

6. Аналіз ризиків. Аудитор ідентифікує потенційні ризики та рекомендує заходи для їх зменшення або усунення.

7. Підготовка звіту та рекомендацій. На основі зібраної інформації аудитор складає звіт, в якому висвітлюється стан операцій з продажу товарів в Інтернеті, виявлені проблеми та рекомендації щодо їх вирішення.

Ці етапи допомагають забезпечити, що операції з продажу товарів в Інтернеті відповідають найвищим стандартам ефективності, безпеки та відповідності законодавству.

Підхід до вибору методології аудиту в контексті інтернет-торгівлі потребує специфічного уваги до технологічних аспектів, цифрової безпеки, а також розуміння особливостей електронної комерції. Інтернет-торгівля часто базується на складних інформаційних системах, що включають у себе електронні магазини, системи обробки платежів, управління запасами та інше програмне забезпечення. Методологія аудиту повинна враховувати ці технологічні складнощі та включати аудит інформаційних систем. Оскільки інтернет-торгівля має справу з обробкою особистих даних клієнтів, платіжними інформаціями та іншими конфіденційними даними, аудиторська методологія повинна включати оцінку систем безпеки, захисту даних та виявлення потенційних кіберперешкод. Аудиторська методологія повинна враховувати перевірку правильності та безпеки електронних платежів, а також відслідковування фінансових транзакцій в системах інтернет-торгівлі. Оскільки інтернет-торгівля підпадає під різні законодавчі та регуляторні вимоги, аудиторська методологія повинна включати перевірку відповідності діяльності компанії законодавству щодо захисту споживачів, оподаткування, захисту персональних даних тощо. Аудиторська методологія повинна включати оцінку ефективності процесів інтернет-торгівлі, таких як обробка замовлень, управління запасами, взаємодія з клієнтами тощо. Оскільки інтернет-торгівля може бути підвищено ризикованою через широкий спектр потенційних загроз, аудиторська методологія повинна включати ризик-орієнтований підхід до виявлення та оцінки ризиків. Вибір методології аудиту в інтернет-торгівлі повинен бути адаптованим до конкретних потреб та особливостей кожного підприємства, а також враховувати широкий спектр

технологічних, юридичних та бізнес-аспектів. Існує кілька методів та підходів до аудиту в інтернет-середовищі, які враховують специфіку електронної комерції, технологічні аспекти та цифрову безпеку. Ось кілька із них:

– Автоматизований аудит інформаційних систем (IS). Використання спеціальних програмних засобів для аналізу систем електронної комерції, виявлення потенційних проблем та недоліків у безпеці, ефективності та дотриманні стандартів.

– Аудит безпеки веб-додатків. Оцінка захищеності веб-додатків, які використовуються в інтернет-торгівлі, від різних кіберперешкод та атак.

– Аудит даних та конфіденційності. Перевірка відповідності процесів обробки даних та захисту конфіденційної інформації (такої як особисті дані клієнтів, платіжні дані) вимогам законодавства та стандартів безпеки.

– Аудит відповідності. Оцінка того, наскільки компанія дотримується вимог законодавства, регуляторних стандартів (наприклад, PCI DSS для обробки платіжних даних) та внутрішніх політик.

– Аудит електронної торгівлі та платіжних систем. Оцінка ефективності та правильності процесів замовлення, оплати та доставки товарів в інтернет-магазині, а також перевірка коректності роботи платіжних систем.

– Аналіз даних та великих даних. Використання аналітичних методів для обробки та аналізу великих обсягів даних з метою виявлення тенденцій, патернів, аномалій та можливих шляхів оптимізації бізнес-процесів в інтернет-торгівлі.

– Тестування навантаження та продуктивності. Оцінка та тестування пропускної здатності, швидкості реакції та стабільності інтернет-магазину при великому навантаженні та пікових навантаженнях.

Ці методи та підходи можуть використовуватися окремо або в поєднанні для забезпечення повного та об'єктивного аудиту в інтернет-середовищі.

Конкретний вибір методології залежить від потреб та специфіки конкретного бізнесу.

Операції продажу товарів через Інтернет мають свої унікальні ризики, пов'язані з технологічними аспектами, безпекою даних, електронними платежами та взаємодією з клієнтами. Ось деякі потенційні ризики, які можуть виникнути в цьому контексті:

– Кібербезпека. Найбільший ризик для інтернет-торгівлі - це кіберзагрози, такі як хакерські атаки, витоки даних, фішинг, віруси та інші. Зловмисники можуть намагатися отримати доступ до особистих даних клієнтів, платіжних інформацій або завдати шкоди інформаційній інфраструктурі компанії.

– Шахрайство з оплатою. Інтернет-торгівля підвищує ризик шахрайства з оплатою, такого як використання крадених кредитних карт або зловживання поверненнями товарів.

– Проблеми з доставкою. Затримки або помилки в доставці товарів можуть викликати невдоволення клієнтів і негативно вплинути на репутацію компанії.

– Технічні проблеми з інтернет-магазином. Збої або проблеми з інтернет-магазином, такі як низька швидкість завантаження, можуть призвести до втрати продажів і втрати клієнтів.

– Законодавча відповідність. Недотримання законодавчих вимог, таких як правила захисту персональних даних або вимоги щодо електронних платежів, може призвести до штрафів і судових справ.

– Недостатня підтримка клієнтів. Погана або недостатня підтримка клієнтів може призвести до невдоволення клієнтів, повернень товарів та втрати бізнесу.

– Конкуренція та репутація. Висока конкуренція в інтернет-торгівлі може ускладнити здійснення успішних продажів, а негативні відгуки та репутаційні проблеми можуть шкодити бренду компанії.

Аналіз цих потенційних ризиків допомагає компаніям розробити стратегії та заходи з мінімізації ризиків, встановити ефективні системи кібербезпеки та підвищити якість обслуговування клієнтів.

В аудиторському процесі в інтернет-середовищі важливо враховувати особливості та технологічні аспекти, які відрізняються від традиційного бізнесу:

– Розуміння електронної комерції. Аудитор повинен мати глибоке розуміння процесів та моделей бізнесу в інтернет-середовищі, включаючи електронні магазини, платіжні системи, системи управління запасами тощо.

– Технологічні аспекти. Аудитор повинен мати знання про технологічні стандарти та протоколи, що використовуються в інтернет-торгівлі, такі як HTTPS для безпечного з'єднання, SSL/TLS для захисту даних тощо.

– Кібербезпека. Під час аудиту необхідно звернути особливу увагу на аналіз систем безпеки, виявлення потенційних загроз та ризиків кібербезпеки, а також наявність і ефективність заходів забезпечення безпеки даних.

– Аналіз транзакцій і даних. Аудитор повинен мати здатність аналізувати великі обсяги даних та транзакцій, щоб виявити аномалії, недоліки та потенційні шахрайства з оплатою.

– Відповідність і регуляторні стандарти. Аудитор повинен переконатися, що інтернет-торговий бізнес дотримується відповідних законодавчих вимог та регуляторних стандартів, таких як GDPR, PCI DSS, HIPAA тощо.

– Тестування безпеки і продуктивності. Проведення тестів на проникнення, тестів на навантаження та інших технічних тестів для перевірки безпеки та продуктивності систем інтернет-торгівлі.

– Етика та конфіденційність. Забезпечення дотримання етичних стандартів та збереження конфіденційності даних під час проведення аудиту.

Врахування цих особливостей та технологічних аспектів допоможе аудитору ефективно оцінити ризики та забезпечити високий рівень безпеки та відповідності в інтернет-середовищі.

Існує багато програмних засобів та інструментів, які можна використовувати для проведення аудиту операцій з продажу товарів в Інтернеті:

– Wireshark. Це відкритий засіб аналізу мережі, який дозволяє перехоплювати та аналізувати мережевий трафік, що може бути корисним для виявлення можливих кіберперешко та атак.

– Nessus. Це програма для сканування вразливостей, яка дозволяє виявляти та оцінювати потенційні ризики безпеки в мережах та веб-додатках.

– OWASP ZAP (Zed Attack Proxy). Це інструмент для тестування на проникнення, який спеціалізується на виявленні вразливостей в веб-додатках та мережах.

– Burp Suite. Це набір інструментів для тестування веб-додатків та перехоплення HTTP-трафіку, що допомагає виявляти та виправляти потенційні проблеми з безпекою.

– Google Analytics. Це веб-аналітичний сервіс, який дозволяє відстежувати та аналізувати поведінку користувачів на веб-сайті, що може бути корисним для аналізу ефективності операцій з продажу товарів в Інтернеті.

– Splunk. Це платформа для збору, аналізу та візуалізації даних, яка може використовуватися для моніторингу та аналізу різних аспектів операцій з продажу товарів в Інтернеті.

– Qualys. Це хмарний сервіс для сканування вразливостей та управління безпекою, який дозволяє виявляти та виправляти потенційні проблеми з безпекою в реальному часі.

Ці програмні засоби та інструменти можуть бути використані для проведення різноманітних аудиторських процедур та аналізу операцій з

продажу товарів в Інтернеті з метою забезпечення безпеки, ефективності та відповідності.

При виборі та використанні спеціалізованого програмного забезпечення для оптимізації аудиторського процесу в інтернет-середовищі важливо враховувати різноманітні аспекти, такі як потреби бізнесу, функціональні можливості програми, безпека даних та вартість. Правильно вибране та використане програмне забезпечення може значно полегшити та оптимізувати аудиторський процес в інтернет-середовищі, забезпечуючи більшу ефективність та надійність.

Підготовка до аудиту в інтернет-середовищі включає в себе кілька ключових кроків, таких як планування, обстеження систем та визначення областей ризику:

Планування аудиту:

– Визначення мети та об'єктів аудиту.
– Визначення обсягу та тривалості аудиту.
– Складання команди.
– Розробка плану аудиту.

Обстеження систем:

– Огляд бізнес-процесів.
– Аналіз інформаційних систем.
– Оцінка технологічних рішень.

Визначення областей ризику:

– Аналіз безпеки.
– Оцінка фінансових ризиків.
– Виявлення невідповідностей.

Підготовка до аудиту вимагає уважного планування, дослідження та аналізу, щоб забезпечити ефективність та успішність аудиторського процесу.

Збір та аналіз аудиторських даних - це ключовий етап аудиторського процесу, який допомагає виявити потенційні проблеми, недоліки та ризики в операціях з продажу товарів в Інтернеті.

Збір та аналіз аудиторських даних є важливим етапом аудиторського процесу, оскільки вони допомагають виявити потенційні проблеми та ризики в операціях з продажу товарів в Інтернеті та виробити стратегії їх усунення.

Оцінка внутрішнього контролю та виявлення порушень є ключовими аспектами аудиторського процесу, оскільки вони допомагають визначити ефективність систем управління ризиками та забезпечення надійності фінансової звітності. Ось кілька кроків для проведення цих процедур:

Оцінка внутрішнього контролю та виявлення порушень є важливими етапами аудиторського процесу, які допомагають забезпечити надійність та достовірність фінансової звітності та операцій компанії.

Підготовка аудиторського звіту - це завершальний етап аудиторського процесу, де відображаються всі виявлені недоліки та пропонуються рекомендації щодо вдосконалення системи управління та контролю. Ось декілька кроків для підготовки аудиторського звіту:

Підготовка аудиторського звіту є важливим етапом аудиторського процесу, оскільки вона допомагає забезпечити виявлення та вирішення проблем в системі управління та контролю, щоб забезпечити надійність та ефективність бізнесу.

Подання висновків та рекомендацій замовнику аудиту є важливим кроком, який допомагає замовнику зрозуміти результати аудиту та прийняти необхідні заходи для вдосконалення своєї діяльності. Ось кілька порад щодо цього процесу:

3.3. Методика здійснення аудиту в частині операцій з продажу товарів через інтернет

Аудит інтернет-торгівлі включає в себе огляд процесів, політик та систем, що використовуються в онлайн-бізнесі для забезпечення ефективності, безпеки та відповідності до стандартів. Ось деякі загальні принципи та методи аудиту для інтернет-торгівлі:

– Аналіз веб-сайту. Огляд дизайну, навігації, швидкості завантаження, адаптивності для різних пристроїв, якість контенту та інші аспекти, що впливають на користувацький досвід.

– Оцінка безпеки. Перевірка веб-сайту на вразливості до кібератак, використання безпекових протоколів (наприклад, HTTPS), налагодження правильної аутентифікації та захисту даних користувачів.

– Аналіз трафіку та аналітика. Вивчення джерел трафіку, поведінки користувачів, конверсій та інших метрик, що допомагають в оцінці ефективності маркетингових кампаній та функціонування бізнесу в Інтернеті.

– Правова відповідність. Перевірка відповідності веб-сайту законодавству щодо захисту даних користувачів, електронної комерції, авторського права тощо.

– Тестування функціональності. Перевірка роботи онлайн-магазину від пошуку товарів до оформлення замовлення, включаючи перевірку оплати та доставки.

– Огляд інтернет-маркетингу. Аналіз ефективності рекламних кампаній, використання соціальних медіа, пошукової оптимізації та інших методів залучення клієнтів.

– Аудит інфраструктури та технічної підтримки. Перевірка надійності серверів, резервного копіювання даних, налагодження служби підтримки клієнтів тощо.

– Оцінка конкурентного середовища. Дослідження стратегій конкурентів, їхніх продуктів та послуг, цінової політики та реакції на зміни в ринковому середовищі.

– Огляд систем управління контентом і IT-інфраструктури. Перевірка належного функціонування систем управління контентом, ERP-систем та інших інформаційних систем, що використовуються в бізнесі.

– Аудит ланцюжка постачання. Перевірка процесів управління запасами, взаємодії з постачальниками та інші аспекти, що стосуються ланцюжка постачання товарів.

Ці методи допомагають забезпечити оптимальну роботу інтернет-торгівлі та підвищити її ефективність та надійність.

Основним аспектом аудиту є перевірка функціональності та ефективності платформи електронної комерції, що використовується для продажу товарів. Це може бути веб-сайт, мобільний додаток або платформа онлайн-маркетплейсу. Важливим аспектом аудиту є оцінка процесу конверсії на сайті, включаючи сторінки товарів, кошик покупок та сторінки оформлення замовлення. Перевірка наявності та ефективності викликів до дії, які стимулюють відвідувачів здійснити покупку. Для інтернет-торгівлі критично важливим є ефективне управління запасами та оперативність доставки. Аудит повинен включати оцінку процесів управління запасами, інтеграцію з постачальниками та службами доставки. Оскільки оплата за товари зазвичай здійснюється онлайн, важливо перевірити безпеку платіжних систем та процесів обробки платежів для запобігання шахрайству та іншим видам кіберзлочинності. В інтернет-торгівлі важливо мати ефективну систему підтримки клієнтів через онлайн-чат, електронну пошту або телефон. Аудит повинен включати оцінку якості цієї підтримки та швидкість вирішення проблем. Посилення присутності вашого магазину в пошукових системах є ключовим для залучення нових клієнтів. Аудит повинен оцінити ефективність SEO стратегії та виявити можливі шляхи покращення. Важливо провести аналіз маркетингових кампаній, включаючи контент-маркетинг, соціальні медіа, електронну розсилку та інші канали залучення та утримання клієнтів.

Дослідження конкурентів у Інтернеті та їхніх стратегій просування може надати цінну інформацію для покращення власних практик.

Виявлення ключових областей аудиту операцій з продажу товарів через Інтернет включає в себе оцінку різних аспектів бізнесу, які можуть впливати на його ефективність, безпеку та відповідність стандартам. Ось деякі ключові області, які зазвичай перевіряються під час аудиту інтернет-торгівлі:

– Інформаційна безпека. Оцінка заходів захисту даних клієнтів, включаючи SSL-шифрування, захист від кібератак та злому, виконання стандартів безпеки даних.

– Управління запасами та логістика. Перевірка ефективності систем управління запасами, точності інвентаризації, оперативності та надійності процесів доставки.

– Операції платежів та фінанси. Оцінка системи обробки платежів, контролю ризиків шахрайства, відповідності стандартам PCI DSS та іншим вимогам безпеки платежів.

– Клієнтське обслуговування та взаємодія з клієнтами. Перевірка якості обслуговування клієнтів через різні канали зв'язку, такі як онлайн-чат, електронна пошта, телефон тощо.

– Маркетинг та реклама. Аналіз ефективності маркетингових кампаній, враховуючи ROI, конверсію, витрати на приваблення клієнтів тощо.

– Електронна комерція та веб-сайт. Оцінка користувацького досвіду, функціональності веб-сайту, його швидкості завантаження, адаптивності та безпеки.

– Правова відповідність та регулювання. Перевірка відповідності законодавству щодо електронної комерції, захисту даних, конфіденційності, реклами тощо.

– Аналіз конкурентного середовища. Вивчення конкурентів, їхніх стратегій, цінової політики та інших аспектів, що можуть впливати на бізнес.

– Аналіз трафіку та аналітика. Оцінка джерел трафіку, поведінки користувачів, конверсій та інших метрик, що впливають на успішність бізнесу.

Ці ключові області визначаються з огляду на конкретний бізнес і можуть бути додатково розширені або змінені в залежності від його особливостей та потреб.

Визначення ефективних методів аналізу фінансових та операційних показників у інтернет-торгівлі може бути ключовим для успішного управління бізнесом та прийняття стратегічних рішень. Ось деякі ефективні методи аналізу:

Показники фінансового аналізу:

– Чистий прибуток. Оцінка зміни чистого прибутку з часом дозволяє визначити ефективність управління витратами та доходами.

– Оборотність активів. Визначення того, як ефективно компанія використовує свої активи для генерації прибутку.

– Коефіцієнт оборотності запасів. Вказує на те, як швидко товари продаються та як ефективно вони управляються.

Аналіз операційних показників:

– Конверсія. Визначення відсотка відвідувачів, які здійснили покупку. Аналіз конверсії дозволяє виявити проблеми на сторінках товарів або процесі оформлення замовлення.

– Середній чек. Розрахунок середнього значення кошика покупок. Може вказати на ефективність стратегій ціноутворення та збільшення продажів.

– Retention Rate. Визначення відсотка клієнтів, які повертаються для повторних покупок. Високий Retention Rate свідчить про задоволеність клієнтів та ефективність програм лояльності.

Аналіз трафіку та користувацької взаємодії:

– Джерела трафіку. Вивчення джерел трафіку дозволяє визначити найбільш ефективні канали привертання відвідувачів.

– Показники користувацької взаємодії. Аналіз показників, таких як час перебування на сайті, кількість переглядів сторінок, виходи з сайту, допомагає зрозуміти, наскільки ефективно працює веб-сайт.

Аналіз маркетингових кампаній:

– ROI маркетингових кампаній. Розрахунок відношення прибутку до витрат на маркетингові кампанії дозволяє визначити їхню ефективність.

– Конверсія маркетингових каналів. Оцінка впливу різних маркетингових каналів на конверсію та прибуток.

Аналіз відгуків клієнтів та соціального впливу:

– Негативні відгуки. Вивчення та аналіз негативних відгуків клієнтів може допомогти виявити проблеми та недоліки продуктів або сервісу.

– Соціальний вплив. Аналіз публікацій у соціальних мережах, подій та діяльності спільноти може допомогти визначити рівень задоволеності та сприйняття бренду.

Ці методи аналізу дозволяють отримати глибоке розуміння ефективності бізнесу у сфері інтернет-торгівлі та вчасно реагувати на зміни для покращення результатів.

Під час аудиту для виявлення потенційних слабких місць у системах внутрішнього контролю (СВК) в інтернет-торгівлі можна використовувати різноманітні методи та підходи.

В ході аудиту було виявлено наступні слабкі місця:

– Недостатня захищеність особистих даних користувачів, таких як дані про оплату та адреси. Рекомендації: вдосконалення системи шифрування даних, впровадження механізмів двофакторної аутентифікації, регулярне навчання персоналу з питань безпеки даних.

– Неспроможність розділити обов'язки між різними працівниками, що може призвести до конфлікту інтересів та зловживання. Рекомендації: розробка та впровадження чітких політик сегрегації обов'язків, регулярна перевірка виконання цих політик та встановлення механізмів моніторингу.

– Відсутність або неповна реалізація процедур резервного копіювання та відновлення даних. Рекомендації: регулярне створення резервних копій даних, тестування процедур відновлення, збереження резервних копій в окремому безпечному місці.

– Відсутність або недостатнє оцінювання ризиків і відповідне впровадження контрзаходів для їх зменшення. Рекомендації: регулярне проведення аналізу ризиків, розробка плану контрзаходів та впровадження необхідних заходів.

Ці рекомендації можуть бути використані для вдосконалення систем внутрішнього контролю в інтернет-торгівлі та забезпечення високого рівня безпеки та довіри.

Операції продажу товарів через Інтернет можуть бути пов'язані з різноманітними ризиками, які можуть вплинути на безпеку, фінансовий стан та репутацію компанії.

В ході аудиту були виявлені наступні ризики:

– Можливість злому або крадіжки даних користувачів, таких як особиста інформація та платіжні дані.

– Атаки на веб-сайт, напади типу DDoS, вимагання викупу, які можуть призвести до перерв у роботі сайту або втрати даних.

– Фальшиві замовлення, крадіжки товарів, використання викрадених кредитних карт для оплати покупок.

– Фінансові шахрайства, такі як повернення товарів після використання або подвійні платежі.

– Відмова серверів, програмного забезпечення або платіжних систем, що призводить до призупинення роботи магазину або втрати продажів.

– Проблеми з операційними системами, браузерами або сумісністю, які можуть вплинути на користувацький досвід.

– Затримки в доставці товарів, втрати під час транспортування, невідповідність замовлених товарів.

– Недоліки у обробці замовлень, неякісне обслуговування клієнтів, неадекватна реакція на скарги та запити.

– Зміни в законодавстві щодо захисту даних, оподаткування електронної комерції, прав споживачів тощо.

– Регулювання щодо міжнародних пересилок, митних тарифів, ліцензійних умов тощо.

– Зменшення конкурентоспроможності через високу конкуренцію, низькі ціни, низьку якість послуг.

– Поширення негативних відгуків у соціальних мережах, блогах та інших медіа, що може підірвати репутацію бренду.

Виявлення, аналіз та управління цими потенційними ризиками є важливими для успішної експлуатації інтернет-магазину та забезпечення його стійкості та успішності на ринку.

Під час проведення аудиту в інтернет-торгівлі були виявлені ряд ключових питань та можливих відхилень від встановлених стандартів та процедур. Проведений аудит дозволив отримати повну картину фінансового стану компанії та ефективності її внутрішніх процедур. Виявлені проблемні ситуації та рекомендації для їх вирішення допоможуть підприємству покращити свою діяльність та забезпечити відповідність вимогам законодавства та стандартам.

Методика, що була застосована під час аудиту в інтернет-торгівлі, виявилася ефективною та адаптованою до особливостей цього сектору. Вона дозволила здійснити глибокий аналіз різноманітних аспектів бізнесу, включаючи фінансові операції, системи контролю та безпеки даних. Застосування сучасних аудиторських підходів та використання відповідних програмних засобів дозволило зробити аудит більш точним, повним та ефективним.

Ці висновки підкреслюють не лише важливість аудиту для підприємства, а й успішність застосованої методики, яка сприяла виявленню

та вирішенню ключових проблем та підвищенню рівня довіри до діяльності компанії.

Висновки до розділу 3

У даному розділі було проведено аналіз організаційних та методичних аспектів аудиту операцій з продажу товарів через Інтернет на прикладі ТОВ «Нова Лінія 1».

Організаційна структура аудиту була розглянута з урахуванням специфіки інтернет-торгівлі, що передбачає адаптацію методології та вибір ефективних методів та інструментів.

Визначено ключові області аудиту, такі як система внутрішнього контролю, аналіз ризиків та виявлення порушень, які вимагають особливої уваги під час проведення аудиторського процесу.

Проаналізовано методи та інструменти, які можуть бути застосовані для ефективного здійснення аудиту в інтернет-торгівлі, включаючи програмне забезпечення та спеціалізовані методики аналізу.

Проведено оцінку ефективності методики здійснення аудиту та висунуто рекомендації щодо подальшого вдосконалення процесу аудиту в компанії «Нова Лінія 1».

Ці висновки вказують на значення аудиту в інтернет-торгівлі та підкреслюють необхідність ретельного планування, організації та методичного підходу до проведення аудиторського процесу з метою забезпечення ефективного контролю та управління ризиками в онлайн-бізнесі.

ВИСНОВКИ

Інтернет-торгівля є невід'ємною частиною сучасного бізнесу та надає безліч переваг як для підприємств, так і для споживачів. Глобальний доступ до мережі Інтернет робить інтернет-торгівлю доступною для клієнтів з усього світу, що відкриває нові можливості для бізнесу. 24/7 доступність дозволяє споживачам здійснювати покупки у будь-який час, що забезпечує їм гнучкість та зручність. Інтернет-торгівля пропонує широкий асортимент товарів і послуг, що дозволяє споживачам швидко знаходити необхідні продукти. Зручність для споживачів і автоматизація обробки замовлень підвищують ефективність покупок та задоволення клієнтів. Можливості персоналізації дозволяють створювати індивідуальні пропозиції та рекомендації для кожного клієнта. Аналіз даних і використання розумного маркетингу дозволяють підприємствам оптимізувати свої стратегії продажів та залучення клієнтів. Зменшення витрат на утримання фізичних магазинів робить інтернет-торгівлю ефективнішою та конкурентоспроможнішою. Можливість швидко реагувати на зміни на ринку дозволяє підприємствам адаптуватися до нових умов та зберігати конкурентну перевагу. Ці характеристики роблять інтернет-торгівлю потужним інструментом для розвитку бізнесу та задоволення потреб сучасних споживачів.

Для підприємств, що здійснюють продажі через Інтернет, важливо дотримуватися відповідного законодавства про електронну комерцію. Це включає в себе правила зберігання електронних документів, електронних підписів та інші вимоги, які регулюють електронні трансакції. Підприємства, що продають товари через Інтернет, повинні дотримуватися відповідного податкового законодавства, яке регулює оподаткування доходів, отриманих від інтернет-торгівлі, включаючи податок на додану вартість (ПДВ) та інші податки. Підприємства повинні вести бухгалтерський облік відповідно до встановлених стандартів та вимог, які можуть включати в себе ведення обліку всіх фінансових трансакцій, контроль за запасами, оподаткування та інші

аспекти фінансової звітності. Залежно від розміру та характеру діяльності, підприємства можуть бути піддані обов'язковому аудиту фінансової звітності. Важливо дотримуватися правил аудиту та співпрацювати з аудиторами для забезпечення відповідності всіх фінансових операцій законодавчим вимогам. У зв'язку з збільшеною кількістю персональних даних, що збираються в процесі інтернет-торгівлі, важливо дотримуватися відповідних вимог щодо захисту цих даних від несанкціонованого доступу та зловживання. Загалом, дотримання вищезазначених нормативно-правових вимог є важливим для забезпечення легальності, чесності та надійності операцій з продажу товарів через Інтернет.

Однією з основних особливостей обліку операцій з продажу товарів через Інтернет є потреба в ефективній автоматизації та інтеграції бухгалтерських та управлінських систем. Це дозволяє забезпечити точність та швидкість обробки фінансових даних. З урахуванням широкого асортименту товарів та постійних змін в попиті, облік операцій з продажу товарів через Інтернет вимагає ефективного контролю за запасами та поставками, щоб уникнути переповнення або нестачі товарів. Важливо постійно вдосконалювати системи управління витратами та оптимізації процесів, щоб забезпечити ефективне використання ресурсів та максимізувати прибутковість бізнесу. З урахуванням великої кількості трансакцій та обробки значної кількості даних, особливо важливо забезпечити точність та достовірність фінансової звітності. Це дозволяє уникнути помилок та забезпечити довіру стейкхолдерів. У зв'язку зі збільшеною кількістю особистих даних, що обробляються в інтернет-торгівлі, важливо забезпечити відповідний рівень захисту цих даних від несанкціонованого доступу та зловживання. Узагальнюючи, облік операцій з продажу товарів через Інтернет потребує впровадження ефективних та інтегрованих систем, контролю за запасами та поставками, управління витратами та оптимізації процесів, забезпечення точності та достовірності фінансової звітності, а також захисту

даних та конфіденційності. Ці аспекти відіграють важливу роль у забезпеченні успішної та стійкої діяльності в інтернет-торгівлі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Armstrong G. Marketing: An Introduction 12-th ed. / G. Armstrong, P. Kotler. Pearson, 2015. 673 p.
2. Апопій В.В. Організація торгівлі / В.В. Апопій. – 3-тє вид. – К. : Центр учбової літератури, 2019. – 632 с
3. Асадчев Ю. Особливості електронних договорів згідно із Законом України «Про електронну комерцію». URL : https://zib.com.ua/ua/122670-osoblivosti_ elektronnih_dogovoriv_zgidno_zakonu_ukraini_pro_. html (дата звернення: 13.05.2024).
4. Аудит підприємств України // Пропозиція. – 2018. - №4. – С.9-11.
5. Безверхий К. В., Юрченко О. А. Схеми формування проблемного податкового кредиту з податку на додану вартість // Бухгалтерський облік і аудит. 2019. Вип. 8–9. С. 44–51.
6. Білобровенко Т. В. Бухгалтерський облік і контроль розрахунків з бюджетом за податком на додану вартість : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09. Київ, 2018. 23 с.
7. Бурак І.О. Галузеві особливості торговельних підприємств / І. О. Бурак // Економіка. Управління. Інновації. – 2019. – № 1(11). – С. 23-29
8. Бухгалтерський облік в торгівлі: Підручник [для студентів ВУЗів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит»] / За ред. проф. Бутинця Ф.Ф. та доц. Малюги Н.М. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 576 с.
9. Верига Ю. А. Бухгалтерський облік: нормативно-правові документи. Коментар: навч. посіб. (для студ. вищ. навч. закл.) / Ю. А. Верига, Г. І. Зима. - К.: Центр учбової літератури, 2019. - 656 с.
10. Голов С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку : [монографія] / С. Ф. Голов / Міжнародний ін-т менеджменту (МІМКиїв). — К. : Центр учбової літератури, 2017. — 522 с.

11. Гордополов В.Ю. Облік і внутрішній контроль в системі управління витратами підприємств торгівлі / В.Ю. Гордополов, Н.В. Гордополова // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: економіка. Спеціальний випуск 29 (Ч 1). Ужгород, 2020. С. 157–161

12. Господарський кодекс України:[Електронний ресурс] /Відомості верховної ради України (ВВР) – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text (дата звернення: 13.05.2024).

13. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]/Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 13.05.2024).

14. Дугар Т. Є. Проблема адміністрування податку на додану вартість на сучасному етапі // Економіка і суспільство. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. 2017. Вип. 2. С. 689–693.

15. Електроні гроші. Національний банк України. Офіційне інтернет–представництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=125412. (дата звернення: 13.05.2024).

16. Електронні гроші: види і системи. Дізнайтеся, які електронні гроші дозволені в Україні, як здійснюється обмін віртуальних грошей. URL : https://bankchart.com.ua/e_banking/statti/elektronni_ groshi (дата звернення: 13.07.2019). (дата звернення: 13.05.2024).

17. Закон України "Про захист прав споживачів"[Електронний ресурс]/ Відомості Верховної Ради (ВВР) – від 12 травня 1991 р. із змінами, внесеними від 16.10.2020 – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023- 12#Text (дата звернення: 13.05.2024).

18. Закон України 03.09.2015 р. № 675-VIII «Закон про електронну комерцію» (із змінами та доповненнями). (дата звернення: 13.05.2024).

19. Закон України 16.07.1999 р. № 996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». (дата звернення: 13.05.2024).

20. Золотухін О. Власна справа: Інтернеторгівля. Вісник. Офіційно про податки. 2017. № 42(946). URL : http://www.visnuk.com.ua/uk/

publication/100006259-vlasna-sprava-internet-torgivlya (дата звернення: 13.05.2024).

21. Ілюхіна Н.П. Шляхи вдосконалення обліку доходів та витрат на торговельних підприємствах / Н.П. Ілюхіна // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2019. – Вип. 2. – С. 61–64. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv. gov.ua/UJRN/Vsed_2014_2_12 (дата звернення: 13.05.2024).

22. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства фінансів України № 291 від 30.11.1999 р. URL: https://zakon. rada.gov.ua/laws/show/z0893-99 (дата звернення: 13.05.2024).

23. Ков'ях Т.В. Сучасні теорії розвитку підприємства та його видові прояви / Т. В. Ков'ях // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2020. Вип. 1. С. 246–254. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ esprstp_2015_1_37 (дата звернення: 13.05.2024).

24. Конституція України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 13.05.2024).

25. Крутова А. С. Методологія та організація бухгалтерського обліку у сфері електронної торгівлі : автореф. дис. … докт. екон. наук. Київ, 2021. 31 с.

26. Крутова А.С. Методологія та організація бухгалтерського обліку у сфері електронної торгівлі : автореф. дис. …док. екон. наук. Київ, 2011. 31 с.

27. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми : [монографія] / Н.В. Куденко – К.: КНЕУ, 2017. – 245 с

28. Кужелюк А.В., Стаднюк Т.В. Інтернет-торгівля: здійснення та облік. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 9. С. 797–801.

URL : http://global-national.in.ua/archive/9-2016/163.pdf (дата звернення: 13.05.2024).

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

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

31. 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 (дата звернення: 13.05.2024).

32. Максименко І.Я. Особливості обліково-аналітичного відображення товарних запасів в системі управління торгівельним підприємством / І.Я. Максименко, Т.В. Вайло // Науково-практичний журнал Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 16. – С. 22-25.

33. Мараховська Т. М. Шляхи вдосконалення справляння податку на додану вартість // Збірник наукових праць ВНАУ. 2019. № 4(70). С. 149–154.

34. Маринченко Володимир Миколайович Особливості процесу організації обліку товарів на підприємствах України / Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» // № 12 (22), 2 т., 2020. С. 97.

35. Маркіна І. Соціально-економічна сутність внутрішньої торгівлі //Економічний аналіз : зб. наук. праць . 2021. № 23. С.50-60

36. Маркіна І.А., Вороніна В.Л.. Розвиток торгівлі в Україні: діагностика стану, тенденції та перспективи Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Серія: Економічні науки 2021. с. 115-121.

37. Наказ «Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів» - Міністерство фінансів – від 10. 01.2007 зі змінами, внесеними № 6 від 14.01.2020.

38. Наказ Міністерства Економіки України 19 квітня 2007 р. № 103 «Про затвердження Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями».

39. Наказ Міністерства Економіки України 19 квітня 2007 р. № 104 «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами».

40. Наказ Міністерства Фінансів України 20 жовтня 1999 р. № 246 «Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси».

41. Наказ Міністерства Фінансів України 27 червня 2013 р. № 635 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства та внесення змін до деяких наказів Міністерства фінансів України».

42. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід", затверджене наказом МФУ – від 29.11.99 - №290

43. Облік реалізації товарів - стаття/ Журнал: Податки & Бухоблік вересень, 2016/№ 76 30. Обсяг роздрібного товарообороту в України у 2015-2020рр. // Державний комітет статистики України/ URL: http: // www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 13.05.2024).

44. Овчарова Н. В. Облікова політика в частині відображення ПДВ: основні аспекти // Інфраструктура ринку. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. 2017. Вип. 9. С. 102–107

45. Оксенюк О. І. Фіскальна ефективність податку на додану вартість економіці України: дис. … канд. екон. наук: 08.00.08. Львів, 2020. 231 с.

46. Ольховик О. Електронні гроші. Податки та бухгалтерський облік. 2015. № 101. URL : https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2015/december/ issue-101/article-14160.html (дата звернення: 13.05.2024).

47. Онлайн-торгівля в Україні минулого року. URL : https://nachasi.com/2019/03/25/e-commerce-inukraine-2018/ (дата звернення: 13.05.2024).

48. Перелік документів, необхідних для здійснення перевезення вантажу автомобільним транспортом у внутрішньому сполученні (додаток до постанови КМУ від 25.02.2009 р. № 207).

49. Плаксій Т.О., Пухальська Г.В. Маркетинговий аудит: сутність, складові та особливості проведення/Т.О. Плаксій, Г.В. Пухальська//Економічні науки. – 2019.- №2, Т.1. – С. 74-77.

50. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: http://zakon3. rada.gov.ua

51. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17. (дата звернення: 13.05.2024).

52. Поза конкуренцією: «Нова пошта» в три рази популярніше інших служб доставки. Інфографіка. URL : https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/ratingdelivery/ (дата звернення: 13.05.2024).

53. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати", затверджене наказом МФУ - від 31.12. 99р. - №318, зареєстрованим у МЮУ 19.01. 2000р. №27/4248.

54. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси", затверджене наказом МФУ від 20.10. 99р. №246, №751/4044.

55. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, затверджене наказом МФУ від 24.05.95 р. № 88.

56. Положення про електронні гроші в Україні. Затверджене постановою правління Національного банку України від 04.11.2010 р. № 481 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1336– 10. (дата звернення: 13.05.2024).

57. Положення про електронні гроші в Україні: затверджене Постановою Національного банку України від 25.06.2008 р. № 178 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0688-08. (дата звернення: 13.05.2024).

58. Положення про форму та зміст розрахункових документів, затверджене наказом МФУ від 21.01.2016 р. № 13.

59. Порядком провадження торговельної діяльності і правилами торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів [Електронний ресурс] - КМУ - від 15.06.2005р. - №833 – м.Київ/ Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-п#Text (дата звернення: 13.05.2024).

60. Порядок заповнення податкової накладної: Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.2015 р. № 1307. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ z0137-16#Text (дата звернення: 13.05.2024).

61. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: затверджені Наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007 р. № 103 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z1181-07. (дата звернення: 13.05.2024).

62. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.1993 р. № 3792-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3792-12. (дата звернення: 13.05.2024).

63. Про аудиторську діяльність : Закон України від 14.09.2006 р. № 140-V – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3125-12 (дата звернення: 13.05.2024).

64. Про веб-сайт як об'єкт авторського права: Лист Держдепартаменту інтелектуальної власності від 22.01.2007 р. № 16-14/231 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1038.1466.0. (дата звернення: 13.05.2024).

65. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL : http://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/675-19 (дата звернення: 13.05.2024).

66. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995 р. № 265/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/265/95-вр. (дата звернення: 13.05.2024).

67. Про затвердження типових форм первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів: Наказ Міністерства фінансів України від 22.11.2004 р.№ 732 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1580-04. (дата звернення: 13.05.2024).

68. Про затвердження форм та Порядку заповнення і подання податкової звітності з податку на додану вартість: Наказ Міністерства фінансів України від 28.01.2016 р. № 21. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0159-16#Text (дата звернення: 13.05.2024).

69. Про затвердження форми реєстру виданих та отриманих податкових накладних та порядку його ведення: Наказ Міністерства фінансів України від 22.09.2014 р. № 958. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1228-14#Text (дата звернення: 13.05.2024).

70. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12. (дата звернення: 13.05.2024).

71. Про патентування деяких видів підприємницької діяльності: Закон України від 23.03.1996 р. № 98/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/98/96-вр. (дата звернення: 13.05.2024).

72. Про платіжні системи та переказ грошей : Закон України від 05.04.2001 № 2346-III. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14/card2# Card (дата звернення: 13.05.2024).

73. Проблеми обліку доходів та витрат торговельних підприємств / [С.В. Князь, В.П. Залуцький, Н.П. Яворська] // Ефективна економіка. – 2017. –

№ 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5425 (дата звернення: 13.05.2024).

74. Пушкар М.С., Семанюк В.З. Внутрішній аудит: підручник / Пушкар Михайло Семенович, Семанюк Віта Зеновіїна – Тернопіль: ТНЕУ, 2016. – 211 с.

75. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення. (ДСТУ 4303-2004)- чинний від 01.2005:[Електронний ресурс] – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0130609-04#Text (дата звернення: 13.05.2024).

76. Скрипник М.Є. Облік і аналіз фінансових результатів в управлінні виробничим підприємством : автореф. дис. ... канд. екон. наук / М.Є. Скрипник. – К., 2019. – 23 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : eprints.kname.edu.ua/.../3/arefSKRYPNYK-01-09-2014.do (дата звернення: 13.05.2024).

77. Станкевич Г. Особливості системи внутрішнього контролю підприємства та роботи внутрішнього аудитора // Аудитор України. – 2019, № 9(226). – С. 32–37

78. Трансформаційні процеси в торгівлі України: монографія / [Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославець, Г.Л. Піратовський та ін.]; за ред. Л.О. Лігоненко. Київ: Київ. Нац.торг-екон.ун-т, 2019. С. 129- 148

79. Уллубієва К. К. Бухгалтерський облік і контроль розрахунків з податком на додану вартість: організація та методика: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09. Житомир, 2017. 20 с.

80. Шаповал О. Пересортиця: порядок проведення і документальне оформлення // Бухгалтерія. – 2018. – № 46 (721). – С. 42-46.

81. Шот А., Платонова Ю. Проблеми та напрями вдосконалення обліку розрахунків за податком на додану вартість на підприємствах України // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. № 2. С. 151–160.

82. Юрченко О. А. Податок на додану вартість: аналіз податкової реформи 2016 року // Бухгалтерський облік і аудит. 2020. № 12. С. 18–25.