

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра бухгалтерського обліку та оподаткування

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

На тему «ОРГАНІЗАЦІЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ: ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ
ТА ОПОДАТКУВАННЯ»

Спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

Студентки 2 курсу, групи ОП.м-11

Самотой Юлії Сергіївни

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр.

Кваліфікаційна робота магістра містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело

(підпис)

Самотой Ю.С.

Керівник: к.е.н., ст. викладач Овчарова
Н.В.

(підпис)

Суми – 2022 рік

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної випускної роботи на тему
«Організація інтернет-торгівлі: особливості обліку та оподаткування»
студентки Самотой Юлії Сергіївни

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та поширення мережі Інтернет у сучасному світі характеризуються стрімкістю та безперервністю своїх процесів. Торкаючись усіх сфер людської діяльності, дані явища ґрунтовно змінюють міжнародні та національні економіки, функціонування усіх бізнес-процесів та умови здійснення господарської діяльності. Таким чином, розповсюдження та легкість доступу до мережі Інтернет зумовили появу нової форми торгівлі – інтернет-торгівлі. Швидкість послуг, які ми можемо отримати та продати, просто вражає, що й обумовлює зростання частки електронної комерції в усіх економічних процесах.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних, нормативно-правових чинників творення електронної комерції та розроблені практичних рекомендацій з удосконалення оподаткування та обліку інтернет-торгівлі.

Об'єктом дослідження є організаційний процес обліку та оподаткування на підприємствах електронної торгівлі в Україні.

Предметом дослідження є комплекс теоретико-методологічних питань з обліку та оподаткування інтернет-торгівлі.

Використовуються загальнонаукові методи для розкриття основної суті предмета роботи такі, як: аналіз, спостереження, порівняння, експеримент та узагальнення. Крім загальнонаукових методів використовуються специфічні методи, а саме: дослідження облікових реєстрів; порівняння динаміки та прогнозування стану інтернет-торгівлі; узагальнення інформації для представлення фінансових результатів.

Інформаційно-правовою основою даної роботи є українські положення (стандарти) бухгалтерського обліку, закони, нормативно-правові акти,

упорядковані матеріали, дані мережі Інтернет, статті вітчизняних та зарубіжних вчених з питань обліку та аудиту.

Основний науковий результат роботи полягає у визначенні основних елементів, щодо вдосконалення обліку операцій з товаром, визначенням доходів, витрат, та фінансових результатів за розрізом аналітичних рахунків. Розроблено шляхи удосконалення оподаткування, а саме: загального способу обліку діяльності так і внутрішнього управління обліку з ПДВ.

Здійснення аналізу міжнародного досвіду країн ЄС та запропоновано два шляхи удосконалення: запровадження податку на рекламу та створення окремої групи спрощеного оподаткування. Такі шляхи удосконалення дають можливість вивести з тіні всі шляхи надходження прибутків підприємств та закріпити нормативно-правовими актами більш деталізовано діяльність е-комерції.

Результати апробації основних положень роботи розміщені у збірнику тез за матеріалами конференції «Соціально-економічні виклики» на тему «Організація обліку комерційної діяльності: проблемні аспекти» та затверджено довідку про впровадження результатів кваліфікаційної роботи.

Ключові слова: торговельна діяльність, комерційна діяльність, онлайн-торгівля, е-комерція, інтернет-торгівля, доходи, витрати, фінансові результати, облік е-комерції, оподаткування інтернет-торгівлі.

Зміст кваліфікаційної магістерської роботи викладено на 60 сторінках, зокрема список використаних джерел із 40 найменувань, розміщений на 4 сторінках. Робота містить 14 таблиць, 10 рисунків, а також 5 додатків, розміщених на 7 сторінках.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2022 рік

Рік захисту роботи – 2022 рік

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра бухгалтерського обліку та оподаткування

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. завідувача кафедри
к.е.н., ст. викладач
_____ Олексіч Ж.А.
(підпис)
«__» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
спеціальність 071 «Облік і оподаткування»
студентці 2 курсу, групи ОПм-11
Самотой Юлія Сергіївна

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи: «Організація інтернет-торгівлі: особливості обліку та оподаткування» затверджена наказом по університету від «17» листопада 2022 року №34
2. Термін подання студентом закінченої роботи «10» грудня 2022 року
3. Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних, нормативно-правових чинників творення електронної комерції та розроблені практичних рекомендацій з удосконалення оподаткування та обліку інтернет-торгівлі.
4. Об'єктом дослідження є організаційний процес обліку та оподаткування на підприємствах електронної торгівлі в Україні.
5. Предметом дослідження є комплекс теоретико-методологічних питань з обліку та оподаткування інтернет-торгівлі.
6. Інформаційно-правовою основою даної роботи є українські положення (стандарти) бухгалтерського обліку, закони, нормативно-правові акти, упорядковані матеріали, дані мережі Інтернет, статті вітчизняних та зарубіжних вчених з питань обліку та аудиту.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів

керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети

Розділ 1 «Теоретичні основи організації комерційної діяльності в мережі Інтернет» - 22 жовтня 2022 року

(назва – термін подання)

У розділі 1 розглянути поняття «електронна торгівля», «е-комерція», принципи цифрової діяльності; нормативно-правове забезпечення інтернет-торгівлі; розглянути загальні основи обліку комерційної діяльності в мережі Інтернет.

Розділ 2 «Практичні аспекти організації обліку торгівлі в мережі Інтернет» - 20 листопада 2022 року

(назва – термін подання)

У розділі 2 навести загальну характеристику стану розвитку підприємств інтернет-торгівлі; провести оцінку та аналіз організації первинного та аналітичного обліку інтернет-торгівлі; здійснити аналіз організації синтетичного обліку інтернет-торгівлі.

(зміст конкретних завдань до розділу, які має виконати студент)

Розділ 3 «Напрями вдосконалення обліку та оподаткування інтернет-торгівлі» - 3 грудня 2022р.

(назва – термін подання)

У розділі 3 окреслити проблеми оподаткування та організації обліку на підприємствах інтернет-торгівлі України та запропонували шляхи їх оптимізації

(зміст конкретних завдань до розділу, які повинен виконати студент)

Дата видачі завдання: «30» вересня 2022 року

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис)

Овчарова Н.В.

(ініціали, прізвище)

Завдання до виконання одержав

(підпис)

Самоной Ю.С.

(ініціали, прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	9
1.1 Теоретичні положення організації комерційної діяльності в мережі Інтернет.....	9
1.2 Нормативно-правове регулювання комерційної діяльності в мережі Інтернет.....	14
1.3 Загальні основи обліку та оподаткування комерційної діяльності в мережі Інтернет	18
РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТОРГІВЛІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	24
2.1 Аналіз стану розвитку підприємств інтернет-торгівлі України	24
2.2 Організація первинного та аналітичного обліку інтернет- торгівлі.....	27
2.3 Організація синтетичного обліку інтернет-торгівлі	32
РОЗДІЛ III. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ	37
3.1 Вдосконалення обліку інтернет-торгівлі.....	37
3.2 Вдосконалення оподаткування інтерне-торгівлі.....	42
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	54

ВСТУП

Динаміка розвитку інформаційних технологій досягла нечуваних масштабів та проникла майже в кожну сферу життя сучасної людини. Це не минуло і сферу торгівлі. За допомогою Інтернет мережі та доступності до веб-ресурсів утворився такий напрямок економіки, як електронна торгівля.

Актуальність даної роботи полягає в дослідженні основних аспектів пов'язаних з обліком, організацією та оподаткування торговельної діяльності через мережу Інтернет підприємств України для досягнення успішних цілей управління діяльністю е-комерції.

Інтерес до потенційно нової сфери економіки не оминув і сучасних науковців, які досліджують дану тему. До таких дослідників відносяться: Кевін Келлі, Кастельс М., Череп А.В., Апопій В.В., Крисько Ж., Ортинська О.Л., Дахно І.І., Кульнікова Т.Г., Лега О.П., Тимченко П.П., А.М. Береза, Т.А. Татарова та інші.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних, нормативно-правових чинників творення електронної комерції та розроблені практичних рекомендацій з удосконалення оподаткування та обліку інтернет-торгівлі.

Для досягнення цілей роботи необхідно виконати наступні завдання:

- здійснити дослідження походження поняття «інтернет-торгівля», «комерційна діяльність», «е-комерція»;
- надати загальну характеристику стану розвитку підприємств інтернет-торгівлі України;
- висвітлити аналіз послідовності відображення в обліку товарів, доходів і витрат;
- розробка шляхів удосконалення оподаткування е-комерції;
- проаналізувати аспекти з удосконалення обліку товарів, доходів, витрат а фінансових результатів інтернет- торгівлі.

Об'єктом дослідження є організаційний процес обліку та оподаткування на підприємствах електронної торгівлі в Україні.

Предметом дослідження є комплекс теоретико-методологічних питань з обліку та оподаткування інтернет-торгівлі.

Використовуються загальнонаукові методи для розкриття основної суті предмета роботи такі, як: аналіз, спостереження, порівняння, експеримент та узагальнення. Крім загальнонаукових методів використовуються специфічні методи, а саме: дослідження облікових реєстрів; порівняння динаміки та прогнозування стану інтернет-торгівлі; узагальнення інформації для представлення фінансових результатів.

Інформаційно-правовою основою даної роботи є українські положення (стандарти) бухгалтерського обліку, закони, нормативно-правові акти, упорядковані матеріали, дані мережі Інтернет, статті вітчизняних та зарубіжних вчених з питань обліку та аудиту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

1.1 Теоретичні положення організації комерційної діяльності в мережі Інтернет

В суспільстві часто використовуються різні твердження для характеристики економічних процесів, а саме: «бізнес», «торгівля», «підприємство», «комерція», «збут» але заміна поняття один одним посилює нерозуміння та зміст кожного з цих понять окремо.

Сучасна економічна література все ще залишає неоднозначне розуміння змісту та сутності комерційної діяльності. Досить часто торгівлю прирівнюють до комерційної діяльності, і це не дивно, бо початок тлумачення збігається з латинським словом «*commercium*». В дослівному перекладі з латині означає «торгівля». Тому необхідним аспектом являється дослідження трактувань понять та особливостей комерційної діяльності, що виникають при її здійсненні в сучасних економічних умовах.

Бізнес походить від англ. «*business*», що прямо перекладається як справа, діяльність, підприємництво. Водночас бізнес є більш широким терміном, ніж підприємництво, охоплюючи всі відносини, що виникають між учасниками ринкової економіки з урахуванням дії не тільки підприємців, а й інших учасників ринку: споживачів, працівників, органи державного управління тощо.

Під час купівлі- продажу на ринку, об'єктом діяльності є товари, проте для провадження комерційної діяльності немає обмежень щодо виду операцій, все частіше така діяльність проникає у сфери надання послуг, виробництва, інноваційних технологій, обігу валют та цінних паперів.

Порівнюючи поняття торгівлі та комерції ми дійшли висновку, що комерція є ширшим поняттям, що включає в себе процеси торгових операцій, тобто купівлі- продажу.

Отже, узагальнивши все вище наведене, можна зазначити, що комерційна діяльність є спеціальним видом діяльності основною ціллю якого є отримання максимального прибутку в найкоротші терміни.

Наукове трактування поняття «комерційної торгівлі» вперше утворили представники бізнес-школи у Гарвардському університеті у 1958 році. Науковці зазначали, що гармонійне поєднання отримання прибутку підприємством і задоволення вимог споживачів, визначаючи основним завданням такої діяльності – отримання прибутку задля задоволення споживчих потреб [1]. Цей спосіб тлумачення є відображенням логічного взаємозв'язку купівлі- продажу виробів, при цьому фокусуючись на попит, метою якого є отримання прибутку.

Для України поняття комерційної діяльності стало актуальним разом з процесом розвитку ринкових відносин, але в той же час є доволі новим видом діяльності, яка має свої переваги та недоліки. В таблиці 1.1 навели порівняльну характеристику переваг та недоліків провадження інтернет-торгівлі.

Таблиця 1.1 – Порівняльна характеристика провадження інтернет-торгівлі

Переваги	Недоліки
Здійснення покупки у будь-який зручний спосіб	Необхідно бути присутнім постійно он лайн
Зниження собівартості товару	Низький рівень захисту покупок
Охоплення конкретної цільової аудиторії в більшій кількості	Чисельні випадки шахрайств як з боку продавців так і клієнтів
Широкий вибір асортименту	Недовіра до якості товару
Зменшення збутових витрат на оренду торгових приміщень	

Відповідним чином до Господарського кодексу України комерційна діяльність прирівнюється з підприємництвом і характеризується як

самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [2]. Даний підхід трактування, на нашу думку, підсилює неоднозначність до розуміння сутності та змісту поняття комерційної діяльності. Тому пропонуємо розглянути, як різні вчені та науковці трактують поняття комерційної діяльності у додатку Б.

Узагальнюючи наведені трактування визначення комерційної діяльності можна зазначити, що більшість науковців дають узагальнену характеристику даного поняття та визначають, як систему заходів, процесів, що відносяться до оперативно-організаційної діяльності. Інша частина науковців пов'язує комерційну діяльність з товарно-грошовим обміном.

В ході дослідження, ми вважаємо за прийнятне дати характеристику комерційній діяльності – це сукупність процесів пов'язаних з управлінням та організацією комерційних відносин, що покривають різні етапи товарно-грошового обміну метою якого є задоволення попиту, а також забезпечення організації на отримання прибутку.

Швидке поширення діджиталізації та всеосяжність мережі Інтернет переводять звичну нами комерційну діяльність у віртуальну реальність. Так за нових умов реальності стає актуальним і новим поняття електронної комерційної діяльності.

Концепція електронної комерції з'явилася у 80-ті роки ХХ ст. Основою для утворення інформаційної економіки було поєднання ІТ- технологій та створення локальних та корпоративних мереж на підприємствах.

Іспанський економіст Мануель Кастельс у своїх дослідженнях виділяє принципи цифрової економіки, що наведені на рис. 1.1

- продуктивність залежить від використання досягнень науки і техніки, якості інформації і менеджменту;
- перенесення уваги виробників і споживачів від матеріального виробництва у бік інформаційної діяльності;
- глибока трансформація організації виробничого процесу (від стандартизованого масового виробництва у бік гнучкого виробництва і від вертикально інтегрованої організації у бік горизонтальних мережних взаємин між підрозділами);
- глобальний характер економіки, при якому капітал, виробництво, менеджмент, ринки, праця, інформація і технології організуються незалежно від національних меж;
- революційний характер технологічних змін, в основі яких - ІТ, що перетворюють матеріальну основу сучасного світу.

Рисунок 1.1– Принципи цифрової економіки [4]

Електронна комерція здійснюється за допомогою такого інструмента, як е-бізнес. Електронний бізнес охоплює сукупність операцій, таких як:

- електронний документообіг;
- електронну систему платежів;
- електронну торгівлю.

Е-комерція - це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів/послуг. Під е-комерцією розуміють будь-які форми ділових операцій, де сторони взаємодіють через електронні технології, а не в процесі фізичного обміну чи контакту [9]. Е-комерція орієнтована на чотири складові, що наведені на рис. 1.2

Створення веб-сайтів та віртуальних точок продажу в мережі Інтернет	Автоматизовані системи управління
Е-комерція передбачає	
Використання реклами в Інтернеті та електронного маркетингу	Використання моделі бізнес-взаємодії

Рисунок 1.2 – складові Е-комерції [4]

Дослідивши визначення е-комерція, ми дійшли висновку, що це використання електронних засобів і технологій обробки цифрової інформації для взаємовідносин між організаціями й між організаціями та індивідами.

Е-комерція це спосіб ведення бізнесу в онлайн режимі в мережі Інтернет, що включає всі форми торгівлі товарами чи послугами. На рисунку 1.3 наведемо сфери застосування e-commercial.

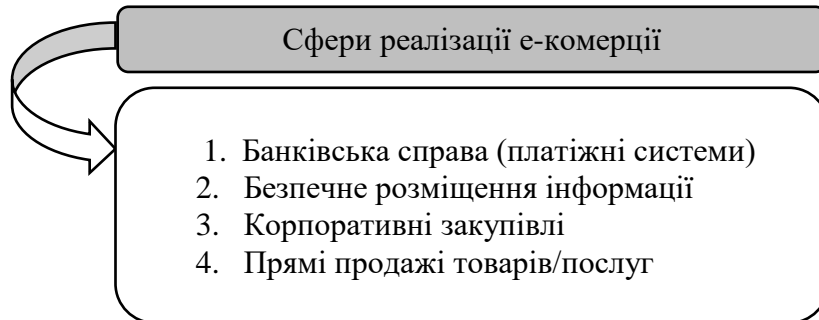


Рисунок 1.3 – Сфери реалізації е-комерції в Інтернет [4]

В основі кожної концепції лежать передумови задля причин існування, електронна комерція не є винятком. Кевін Келлі, американський науковець, сформував дванадцять основних принципів е-комерції, що наведені в додатку В. Основні причини переходу бізнесу в віртуальний режим наведені на рисунку 1.4.

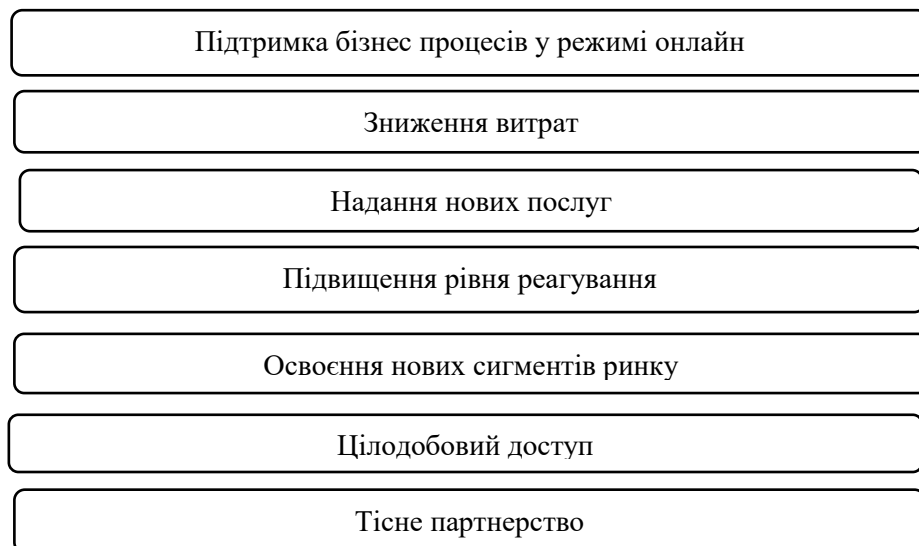


Рисунок 1.4 – Причини переходу бізнесу до віртуального простору [8]

Важливими складовими електронної комерції є не тільки операції з купівлі-продажу товарів але і автоматизація адміністративних процесів,

технічним забезпеченням та способами взаємодії з контрагентами та покупцями. На малюнку 1 в додатку Г наведено основні моделі побудови взаємовідносин, що застосовуються в е-комерції.

Отже, комерційна діяльність почала цікавити науковців зі всього світу ще в середині двадцятого століття але інтенсивний розвиток електронних та інформаційних технологій зумовлюють нові й нові тренди для ведення бізнесу, а звичне поняття комерційної діяльності переросло в електронну комерцію. Торгівля в мережі інтернет стає частиною більшості сучасного бізнесу, а компанії що проваджують діяльність у вигляді електронної комерції мають суттєві переваги.

1.2 Нормативно-правове регулювання комерційної діяльності в мережі Інтернет

Швидкі темпи розвитку електронної комерції не могли залишити без уваги правові органи та владу в Україні. Нормативно-правова база знаходиться зараз на стадії формування, а основною інституцією, що направлена на врегулювання та забезпечення правових норм є Верховна Рада України(ВРУ).

Перейдемо до розгляду основних законодавчих актів, що були ухвалені в останні роки ВРУ.

Закон України «Про електронну комерцію» із змінами і доповненнями № 440-IX від 14.01.2020. Відповідно до вищенаведеного закону визначено організаційно-правові засади діяльності в секторі електронної комерції, зазначено порядок вчинення електронних правових норм, які застосовуються в інформаційно-телекомунікаційних системах та вказано права та обов'язки учасників відносин в секторі електронної комерції [10].

Важливо, що вищезазначений Закон містить і визначення поняття “інтернет-магазин” та розглядає його як “засіб для представлення або

реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину» [10]. Варто відмітити, що до прийняття Закону 675 жоден нормативно-правовий акт не виділів та не визначав трактування визначення «інтернет-магазин». За загальноприйнятим поняттям без законодавчо визначеного трактування під інтернет-магазином розуміли сайт, що реалізовує товари чи послуги в Інтернеті та де можна обрати та замовити необхідний товар/послугу, здійснити одразу безготівковий платіж та через деякий час отримати товар через доставку.

Закон України «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні» із змінами і доповненнями № 720-IX від 17.06.2020 14. Згідно з цим Законом визначено загальні засади функціонування платіжних систем і систем розрахунків в Україні, поняття та загальний порядок проведення переказу коштів у межах України, встановлено відповідальність суб'єктів переказу, а також окреслено загальний порядок здійснення нагляду (оверсайта) за платіжними системами[11].

Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» із змінами і доповненнями № 2155-VIII від 05.10.2017. Цей Закон встановлює основні організаційно-правові засади електронного документообігу та використання електронних документів [12].

Закон України «Про електронний цифровий підпис» із змінами і доповненнями № 1666-VIII від 06.10.2016. Відповідно до цього Закону встановлюється правовий статус електронного цифрового підпису та відбувається регулювання взаємовідносин, що відбуваються під час діяльності використання електронного цифрового підпису [13].

Закон України «Про захист персональних даних» № 524-IX від 04.03.2020. Зазначений Закон встановлює нормативно-правові взаємовідносини, що направлені на захист та обробку персональних даних, і покликаний захищати основоположні права і свободи людини та громадянина,

також і права на невтручання в особисте життя у зв'язку з обробкою персональних даних [14].

В ст. 30 Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [15] наведено, що «суб'єкт електронної комерції, зареєстрований в Україні, під час своєї діяльності та в разі поширення комерційного електронного повідомлення зобов'язаний забезпечити надання всієї інформації, визначеної Законом України «Про електронну комерцію», в тому числі щодо предмета електронного договору, державною мовою». Також є допустимим використання слів для скорочень або аббревіатур, позначень інглишем та/або з використанням лтер латинського та/або грецького алфавітів.

Електронна комерція пов'язана не тільки з товарооборотом, але із тим, що створюється супровідна інформація, через це можуть виникати різні правопорушення пов'язані з правом на інтелектуальну власність, а саме: перепродаж або продаж товарів на які вже є установлені права інтелектуальної власності, плагіат, торгівля контрафактом.

Якщо аналізувати «електронну комерцію в інтелектуальній власності», ЗУ «Про авторське право та суміжні права» [16], що включає статті (521, 522), що направлені на припинення порушень авторських права та/або суміжних прав в мережі Інтернет. Об'єкти яких ці статті стосуються належить: аудіозаписи музичні твори, комп. програми, відеограми, фонограми, передачі (програми), тощо. Припинення порушення можна досягнути звернувшись на основі заяви правовласника надісланої власнику веб-сайту або хостингу. Відповідно до п. 2 ст.521 , власник інтелектуальної власності може звернутися із такою заявою за допомогою адвоката, який ідентифікує правовласника, встановлює та документує факт наявності прав, про припинення порушення яких висувається вимога.

Немало важливим органом, що забезпечує функціонування цифрового бізнесу є Міністерство цифрової трансформації в Україні, яке було створено в 2019 році.

Мінцифри являється центральним органом виконавчої влади, що формує та реалізує відповідальність держ. політики в сфері інформаційних технологій, публічних даних, впровадження електронних послуг та навчання цифрової грамотності громадян України. Також міністерство займається розвитком широко доступного покриття Інтернетом та телекомунікаційних мереж.

Міністерство є центральним виконавчим органом у сфері електронних довірчих послуг. Також до компетенції Міністерства належить розвиток широкосмугового доступу до мережі Інтернет, телекомунікаційних мереж та ІТ-індустрії. Міністерство цифрової трансформації України направлене на забезпечення[17] :

- формування та реалізацію державної політики у сфері цифровізації, цифрової економіки, цифрових інновацій, електронного урядування та електронної демократії, розвитку інформаційного суспільства;
- розробку та реалізацію державної політики у сфері розвитку цифрових навичок та цифрових прав громадян;
- формування та реалізацію державної політики у сфері відкритих даних, розвитку національних електронних інформаційних ресурсів та інтероперабельності, розвитку інфраструктури широкосмугового доступу до Інтернету та телекомунікацій, електронної комерції та бізнесу;
- формування та реалізацію державної політики у сфері надання електронних та адміністративних послуг;
- розробку та реалізацію державної політики у сфері електронних довірчих послуг;
- формування та реалізацію державної політики у сфері розвитку ІТ-індустрії;
- виконання функцій центрального органу, що засвідчує створення шляхів та умови умов для функціонування суб'єктів правових відносин у сфері електронних довірливих послуг.

Важливо зазначити, що діяльність в мережі Інтернет не обмежена державними кордонами, тому ми розглянули та порівняли правові норми України та ЄС, що напружені на врегулювання електронної комерції. Порівняльна таблиця наведена у додатку Д.

Отже, електронна комерція набирає все більшої популярності, тому і за останні роки було створено низку законів що законодавчо регулюють комерційну діяльність в мережі Інтернет. Створення нових законів відповідно до вимог сьогодні підвищує імідж України і робить позитивний вплив на міжнародному рівні, показуючи що Україна є прогресивною державою в ІТ-сфері.

1.3 Загальні основи обліку та оподаткування комерційної діяльності в мережі Інтернет

На сьогоднішній день інтернет діяльність є найбільш вигідним та перспективним видом діяльності. Найпопулярнішою формою провадження діяльності в Інтернеті є інтернет-магазин. Важливим аспектом організації діяльності будь-якого підприємства являється вибір способів та форм провадження бухгалтерського обліку.

Першочергово перед початком роботи підприємство потрібно зареєструватися як суб'єкт господарювання відповідно до вимог законодавства України.

Відповідно до законодавства України оподаткування електронної комерції здійснюється відповідно до загальних вимог оподаткування звичних оф лайн торгових точок.

Таким чином, різні суб'єкти підприємницької діяльності знаходять безліч шляхів для ухилення від сплати податків. До шляхів уникнення відносять:

- не реєстрацію підприємницької діяльності;

- не сплата податків (виникає з першого пункту);
- перерахунок коштів за товари чи послуги на картки фізичних осіб (не зареєстрованих як суб'єкт підприємницької діяльності)

Наступним аспектом є те, що чинне законодавство направлене на традиційний бізнес, в якому ускладнені шляхи відстеження та контролю грошових потоків. В електронній торгівлі виникають операції з електронними грошима, надання спеціальних рекламних послуг або продаж програмного забезпечення. Таким прикладом є особа, що розробила та продала веб-сервер або сайт, що здійснює інтернет-рекламу, може ухилитися від оподаткування якщо добровільно не зареєструється, як платник податків.

Законодавство України передбачає два шляхи законної підприємницької діяльності у сфері електронної торгівлі:

- Загальна система оподаткування зі ставкою 18%.
- Чи спрощена система оподаткування(2-4 група).

Об'єктами оподаткування будуть виступати такі процеси, як реалізація товару, нарахування заробітної плати та сплата податків, які також включають оподаткування прибутку. Виходячи з цього, майбутній суб'єкт підприємницької діяльності може обрати спрощену систему оподаткування чи загальну. Виникають відповідні вимоги до умов кожної системи податкування, тому якщо підприємець бажає сам проваджувати діяльність і на початкових етапах його доходу буде достатньо для критеріїв ФОП на спрощеній системі оподаткування то він може обрати цей спосіб оподаткування.

Другим випадком є декілька партнерів з істотно великою сумою розмірів внесків в статутний капітал, то краще обрати юр.особу на загальній системі оподаткування.

Також існують винятки для видів діяльності на спрощеній системі оподаткування так платники податку єдиного податку I групи не можуть бути суб'єктами Інтернет-торгівлі, оскільки у структурі класифікації видів

економічної діяльності (КВЕД ДК 009:2010) для таких фізичних осіб – підприємців передбачена - роздрібна торгівля з лотків і на ринках: 47.81 - харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами, 47.82 - текстильними виробами, одягом і взуттям, 47.89 - іншими товарами. Отже, перебувати на спрощеній системі оподаткування та бути суб'єктами е-бізнесу можуть бути платники II і III групи[21].

Позитивними сторонами реєстрації ФОП для інтернет магазинів є:

- не складний процес реєстрації та припинення діяльності ФОП;
- спрощений облік доходів та витрат;
- звільнення від сплати деяких видів податків;
- спрощена звітність.

Поруч з позитивними сторонами реєстрації ФОП для інтрнет магазинів існують також і негатвні:

- обмежена кількість найманих працівників;
- обмеження за видами діяльності;
- обсяги сплати поатків не залежить від обсягу доходів.

Загальна система оподаткування надає широкі можливості підприємницької діяльності, не передбачає будь яких обмежень. При цьому юридична чи фізична особа сплачує всі податки які передбачені податковим кодексом щодо кожного виду діяльності, ведеться повний облік доходів та витрат.

На нашу думку, більшість інтернет магазинів функціонують у сфері торгівлі, їм вигідніше перебувати на спрощеній системі оподаткування, при цьому бути платником єдиного податку другої або третьої групи.

На стадії створення та впровадження інтрнет-магазину можна розподілити облік на дві складові:

- облік операцій повязаних зі створення інтернет-магазину
- облік розрахунків з контрагентами

Більш детально розберемо облік витрат, що пов'язані зі створенням та функціонуванням інтернет-магазину:

- Укладання договору на перехід права інтелектуальної власності передбачає відображення в обліку як капітальні витрати, а веб сайт визнається нематеріальним активом.
- Якщо ж підприємство користується правом на використання сайту, то суми оплати власнику сайту за користування сайтом обліковуються у складі витрат на збут.
- Якщо розробником веб-сайту є фіз. особа і з нею укладений трудового договору, що не передбачає передачу майнових прав на об'єкт, то вартість таких робіт варто відображати в обліку, як витрати майбутніх періодів, що в подальшому будуть відноситися до витрат на збут [22].

Окрім витрат, що підприємство несе при створенні сайту також виникають додаткові витрати, що пов'язані із розміщенням сайту в Інтернеті. Витрати на оплату послуг хостингу (оренда дискового простору), колокації (оренда сервера у провайдера), плата за домен (доменне ім'я не продається, а передається в тимчасове використання) та ін., що включається до складу витрат як витрати, пов'язані з підготовкою й організацією виробництва, а також продажем продукції, робіт і послуг відповідно [22].

Варто зазначити, що розміщення готового сайту в Інтернеті передбачає супутні витрати. Окрім витрат, що пов'язані з функціонуванням сайтів, які відносяться до нематеріальних активів та підлягають відображенню у складі витрат на збут також відносяться витрати, які направлені на просуванням сайту та витрати на постачання товарів.

Розвиток цифрових технології дозволяє здійснювати оплату за товар такими способами:

- розрахунки із застосуванням банківських платіжних карток;
- безготівкові розрахунки через банківські установи;

- розрахунки готівкою з передачею грошей кур'єру (коли товар доставляється безпосередньо додому) або продавцю (коли відбувається отримання товару в продавця зі складу, офісу, представництва тощо);
- за допомогою електронних грошей.

Визнання доходу для підприємця на пряму залежить від способу оплати за отримані товари чи послуги. Нормативним актом регулювання доходів інтернет торгівлі є П(С)БО 15 «Дохід».[24] Розглянемо детально про кожен метод розрахунку в інтернет-торгівлі.

Найпопулярнішою формою оплати на сайтах є інтернет еквайрингова предоплата. Така форма оплати є зручною для клієнта але вимагає додаткових витрат для підприємця. Грошові кошти надходять на рахунок підприємця на наступний день після здійснення транзакції із вирохуванням комісії але дохід буде визнаватися на суму договірної вартості товару.

При розрахунку способом інтернет еквайрингу при обліку ПДВ першою подією (податковим зобов'язанням) буде визнаватися дата здійснення транзакції, а не фактичне надходження коштів на рахунок.

Для підприємців, що є платниками єдиного податку розрахунок за інтернет еквайринг буде дещо відрізнятися. Датою отримання доходу є дата зарахування коштів на банківський рахунок, а не датою транзакції. При використанні ФОПом РРО та розрахунку (звичайним POS-терміналом) необхідно записувати до книги обліку доходів на підставі Z-звітів інформацію, щодо отриманих доходів за безготівкові розрахунки.

При відображення доходу через доставку товару курерською службою важливо визначити саме в який момент були передані всі ризики та вигоди, що пов'язані з правом власності на цей товар, а з продавця знімається обов'язок та контроль. Якщо згідно з умовами оферти всі ці умови виконано при передачі товару перевізникові, продаж відображають в обліку за фактом такої передачі.

Якщо ж інтернет-торговець контролює доставку товару покупцеві і лише при його передачі останньому зобов'язання торговця вважається виконаним, то й продаж в обліку відображають тільки за фактом передачі товару покупцеві.

В такому випадку товари, передані сторонній службі доставки, продовжують бути активами інтернет-магазину до моменту їх передачі покупцеві [25]

Відповідно до ч.11 ст.11 Закону 675 кінцевий споживач повинен отримати підтвердження здійснення електронної покупки формі електронного документ, квитанції, товарного чи касового чека, квитанка, талона або іншого документа у момент здійснення операції або коли відбувається безпосереднє передання товару від продавця до покупця, такий документ може бути вкладений у посилку, якщо товар доставлявся службою доставки [23].

Отже, впровадження підприємницької діяльності вимагає детального аналізу законодавства сприводу кожної із системи оподаткування. Співсатавлення очікуваних доходів та видів діяльності відповідно до умов спрощеної системи оподаткування. Для бухгалтера постає завдання із ретельного обліку інтернет діяльності підприємства, повноти та правильності відобраення всіх господарських операцій.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ТОРГІВЛІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

2.1 Аналіз стану розвитку підприємств інтернет-торгівлі України

Сьогодні диктує нові умови ведення підприємницької діяльності через пандемію, а тепер і війну в Україні. Труднощі не зупиняють діяльність бізнесу, але дає можливість для розвитку потенційних шляхів задоволення потреб споживачів та отримання прибутку. Таким прикладом є перехід у віртуальний простір – торгівлю через мережу Інтернет. Така тенденція стосується не тільки підприємств України, а й всього світу.

Для прикладу, найбільші компанії світу, такі як Apple, Amazon, Microsoft, Facebook основну форму діяльності бізнесу будують на цифровому ринку.

Аналітичний портал Statista наводить данні, що світовий обсяг торгівлі в Інтернеті за 2016-2019рр. збільшився в 2,6 рази. Так, протягом 2020 року кожен 4-й житель планети хоч раз здійснив інтернет-покупку. Виторг від продажу товарів чи послуг через електронну торгівлю по світу сумарно склав 4,2 трильйони долари США, що в порівнянні з попереднім 2019 роком на 25% більше.

Україна на фоні світової тенденції також не відстає, частка продажу товарів через мережу Інтернет вже вдвічі перевищує офлайн покупки.

Ми здійснили аналіз об'єму реалізації товарів та послуг через ринок електронної торгівлі та частки у роздрібній торгівлі загалом.

Виходячи з даних дослідження спостерігаємо, що обсяг ринку електронної комерції за 2020 рік зріс майже в половину та досягнув показника в 4 млрд. доларів США, що становить частку 8,8% від загального обсягу роздрібної торгівлі, що реалізовано на території України. Спостерігаємо також позитивну тенденцію до зростання і за 2021 рік. Очікується, що такі позитивні

темпи зростання будуть і за підсумками 2022 року. Данні наведені на рисунку 2.1

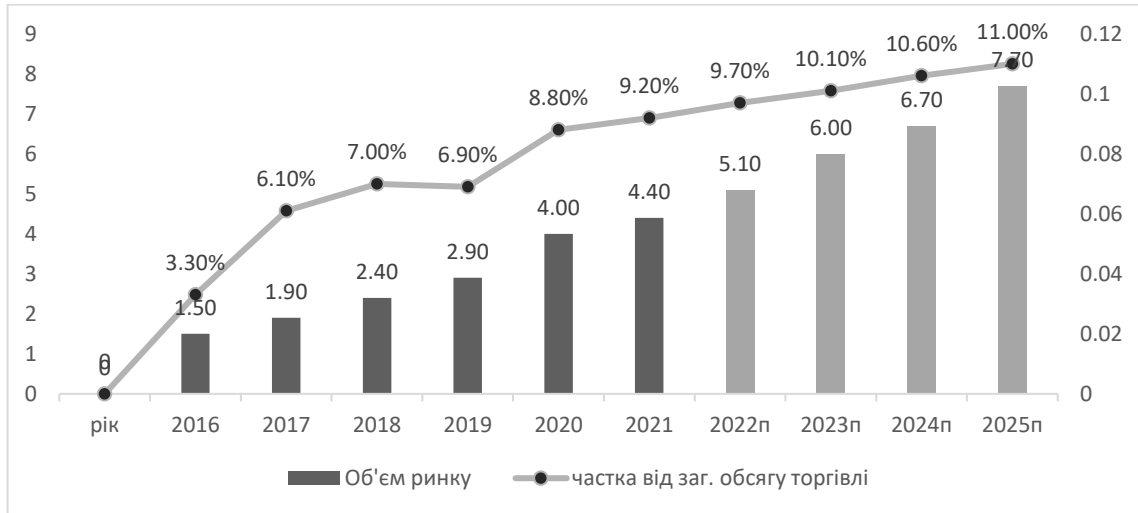


Рисунок 2.1 – Об'єм ринку та частка у роздрібній торгівлі електронної торгівлі, мрд. дол. США

Отже, за останні п'ять років ринок онлайн торгівлі зріс майже в три рази починаючи з 2016 року, а на наступні п'ять років аналітики прогнозують подвоєння частки електронної торгівлі від загального обсягу та збільшення об'ємів реалізації товарів.

Трендом останніх років є перехід від традиційних інтернет-магазинів до маркетплейсів, що об'єднують різних продавців та покупців. Тому найбільше покупців здійснило покупку, а саме 63%, на маркетплейсі. Найбільшими та найвідомішими площадками в Україні є Розетка, Prom, Allo, Bigl та Epicentr. Лише 37% здійснили покупки безпосередньо на сайтах підприємств.

Для більш детально та змістовного аналізу ринку електронної торгівлі ми проаналізували структуру ринку е-бізнесу України.

До переліку найбільш популярних товарів, котрі придбавали через маркетплейси відноситься електроніка, іграшки, хобі та хендмейд, одяг, взуття, меблі та різна косметика. Новими продуктами, які користуються не

такою великою популярністю купівлі через інтернет є ліки та продукти, хоча ці напрямки є перспективними у своєму розвитку.

Найбільший відсоток продажу товарів через інтернет припало на електроніку та одяг. Доля онлайн продажів електроніки зросла з 23% до 46%. Онлайн продаж одягу зріс майже на 26% з початку 2016 року, за підрахунками 7% всього проданого одягу в Україні продається через Інтернет, хоча середня вартість покупки складає від 900 до 1250 грн. Загалом, в порівнянні з Польщею в Україні споживач витрачає на покупки в інтернеті 4000 грн (приблизно 104дол.) на рік, то в сусідній країні цей показник складає 500 дол. США (приблизно 20 558 грн).

Аналітичні дані структури ринку е-комерції в Україні наведені на рисунку 2.2

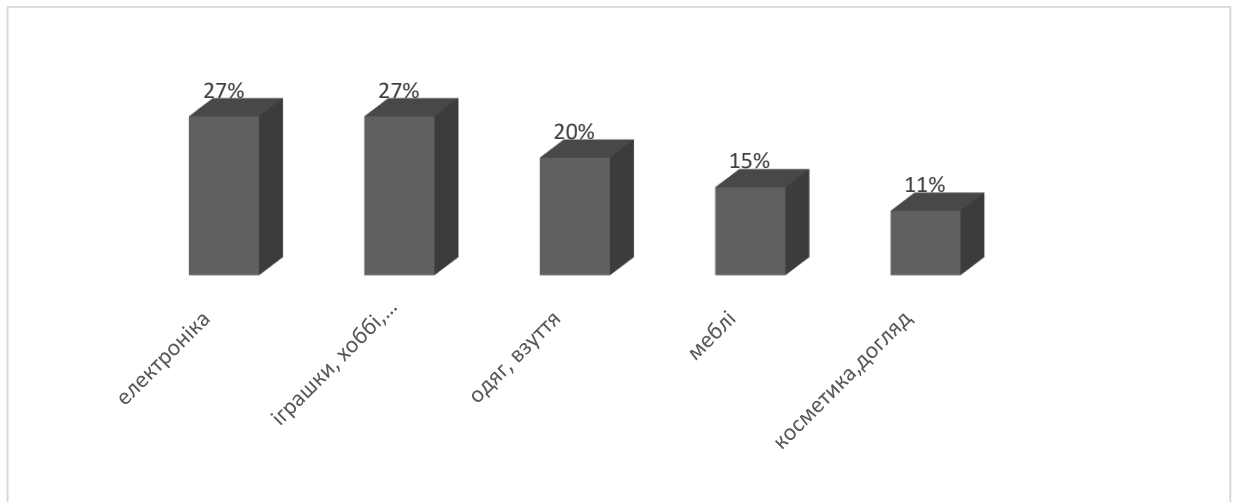


Рисунок 2.2 – Структура ринку е-комерції України

Реалізація електроніки є найбільш перспективним напрямком в е-комерції. За останні декілька років більшість роздрібних магазинів перетворилися на шоу-руми, де ти можеш обрати товар, а придбати його безпосередньо в Інтернеті з доставкою додому або в найближче відділення пошти.

Також найпопулярнішими та трендовими напрямками е-комерції це створення інтерне-магазинів соціальних мережах. Така тенденція викликає конкуренцію між маркетплейсами та соціальними мережами і висуваючи звичайні сайти для продажів в аутсайдери. На нашу думку, інтернет-магазин в соціальних мережах направлений на вузьку аудиторію та є привабливим для маленьких брендів.

Розвиток е-комерції напряму пов'язаний із розвитком та можливістю проведення безготівкових операцій. Так за даними Національного Банку України (НБУ) 92 операції із 100, що здійснюються картками є безготівкові розрахунки. Оплати, що здійснювалися через мережу Інтернет становлять 27% від кількості всіх проведених операцій, також 16,2% за сумою від усіх безготівкових операцій з плат. картками – зазначає нацбанк.

Отже, ринок електронної комерції динамічно розвивається та має великі шанси для успішного розвитку на території України. Для бізнесу пропонуються найтрендовіші сайти, маркетплейси, удосконалюються соціальні мережі для провадження бізнесу.

2.2 Організація первинного та аналітичного обліку інтернет-торгівлі

Форма оподаткування для інтернет-торгівлі виходить із основних вимог, що ставлять перед собою засновники підприємства. Так якщо підприємство має більше одного власника і великі обсяги вкладень, то краще відкрити ТОВ, а якщо це невеликі вкладення, то краще починати з ФОП.

Первинний облік операцій в інтернет-торгівлі за правовими нормами нічим не відрізняється від фактичних продажів товарів та регулюється відповідними законодавчими нормами.

Для юридичних осіб необхідно документально підтверджувати всі витрати, що були понесені підприємством для отримання доходу від інтернет-торгівлі.

Законодавством України зазначено, що для цілей оподаткування суб'єкт оподаткування повинен вести облік доходів та витрат. Такий облік відбувається лише на підставі первинних документів. Данні документи підлягають складанню під час господарської операції, або безпосередньо після завершення [26].

Підтвердженням витрат, що понесло підприємство є собівартість реалізованих товарів, послуг доставки, витрати адміністративного призначення, збутові витрати, ЗП працівників задіяних в реалізації товару через інтернет-магазин, сукупні витрати на підтримку функціонування сайту.

При цьому для відображення, зокрема, нарахування заробітної плати використовуються стандартизовані форми документів залежно від виду оплати.

Зупинимось більш деталізовано саме на документуванні особливостей обумовлених специфічною формою здійснення торгівельних операції та організації бізнесу.

Першочерговими витратами, що виникають у підприємств, задіяних в інтернет-торгівлі - це витрати на в провадження інтернет-сайту. Інтернет-магазин з точки зору бухгалтерського обліку буде належати до нематеріальних активів, а саме до групи, як авторські право та суміжні з ними права.

Первинним документом, що підтверджує прийняття нематеріального активу до балансу підприємства є Акт типової форми НА-1 [27]

Якщо підприємство створює сайт за допомогою сторонніх організацій чи осіб, то відповідно всі витрати включаються в первісну вартість активу, а згодом визначається строк використання активу та нараховується амортизація.

Важливо правильно задокументувати майнові права на логотип, фірмовий стиль сайту та комерційні найменування, для цього треба зареєструвати торговельну марку, а якщо такої можливості немає то на перших етапах скласти договір із веб-студією або дизайнером, що створив логотип і фірмовий стиль сайту [27].

Наступним аспектом є оренда хостингу для розміщення та роботи сайту в мережі Інтернет. Оскільки цей хостинг слугує площею на якій проваджується торгівлю товарами, то такі витрати відносяться до збутових на 93 рахунок.

Окремого огляду вартує випадок з оренди інтернет-сайту. Такий вид оренди має обмежені права і не може обліковуватися відповідно до загальних рахунків, а лише на позабалансових рахунках, а оплата за таку оренду є роялті та відноситься до збутових витрат.

Суми ПДВ що понесені при створенні сайту та хостингу мають право на відшкодування податкового кредиту за умови здійснення господарських операцій з ПДВ через сайт.

Товарний облік зобов'язані вести і підприємці на спрощеній системі оподаткування, і також товариства на загальній системі оподаткування та мати документи, що підтверджують факт походження товару.

Документами на підставі яких оприбутковується товар на підприємство є накладні, товарно-транспортні накладні.

За допомогою накладної типової форми М-11 здійснюється переміщення товару зі складу то торгових точок, де відбувається видача інтернет замовлень, або кур'єру для відправки замовлень. Додатком до накладної з переміщення товару робиться запис в Картці складського обліку матеріалів.

Реалізація товару через придбання цього товару в інтернет-магазині здійснюється в етапи вказані на рис.2.3

Взаємовідносини з покупцем формуються на основі договору оферту, що відправляється на електронну пошту покупця.



Рисунок 2.3 – Етапи реалізація товару

В даному договорі може зазначатися інформація від продавця за правом власності на товар:

- продавець може втрачати право власності при передачі кур'єру товару;
- продавець здійснює контроль за доставкою товару до моменту безпосереднього отримання товару покупцем.

Підтвердженням вчинення даної операції з придбання товару є товарний або касовий чек, квитанція. Даний чек може формуватися під час здійснення еквайрингові операції на сайті за допомогою програмних РРО та відправлятися на пошту покупця майже одразу після здійснення оплати.

Для ФОП другої-четвертої групи з початку 2022 року необхідно застосовувати РРО. Для інтернет-магазину актуальним та зручним є використання платіжних систем, а для обліку таких операцій необхідно встановлювати РРО або ПРРО.

Оплати за допомогою таких сервісів, як LiqPay, Portmone, WayForPay вважаються безготівковими.

Лева частка інтернет-магазинів, особливо тих які спеціалізуються на продажі одягу, реалізують товар за допомогою системи дропшипінг. Така

система реалізації не вимагає використання РРО, якщо операції відбуваються лише в безготівковій формі, але для будь-яких операцій з готівкою необхідно реєстрація чеку з РРО.

Первинними документами, що узаконюють такі операції є договір комісії або агентський договір із постачальником, в такий спосіб продавець отримує комісію з продажу, а всі інші операції з продажу лягають на плечі постачальника. РРО необхідний для реєстрації розрахункової операції в сервері податкової системи, для фіксування операції передачі грошових коштів від клієнта до продавця.

Поштове відділення приймає обов'язок із видачі підтверджуючого документа за умови, що товар надходить накладним платежем. Покупець здійснює внесення коштів на банківський рахунок при отриманні.

В посилку, яка доставляється поштою вкладається видаткова накладна, яка і є підтвердженням здійснення купівлі-продажу

Іншим випадком, доставки товару, є кур'єрська служба, яка під час після оплати видає чек, що і є розрахунковим документом. Кожен виданий чек кур'єром має бути зареєстрований за допомогою РРО.

Для деяких види товарів, відповідно до законодавства України додаються сертифікати відповідності або підтвердження якості товару.

Отже, організація первинного та аналітичного обліку є невід'ємною частиною організації процесів від створення підприємства, що займається інтернет торгівлею так і до моменту отримання покупцем товару. Законодавство України чітко регламентує всі процеси, що відбуваються в інтернет-торгівлі.

2.3 Організація синтетичного обліку інтернет-торгівлі

Запровадження сайту для інтернет-торгівлі потребує таких же капітальних витрат, як і при впровадженні нового вектору діяльності, що може спричиняти за собою великі грошові та матеріальні складові витрат.

Так, першочерговим необхідно створити сайт і врахувати всі сукупні витрати, що були понесені під час його впровадження.

Коли відбувається створення сайту в мережі Інтернет, то в обліку таку операцію відображають як створення нематеріального активу. Таку операцію зі створення НА відображають на рахунку 125, як авторське право та суміжні з ним права.

На рахунок 125 актив потрапляє лише після того як всі сукупні витрати, що понесені на створення активу зберуться на рахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів» [28].

В подальшому на даний актив нараховується амортизація виходячи з строку корисного використання. Цей строк (не повинен перевищувати 20 років), а також метод нарахування амортизації визначається в обліковій політиці. Процес нарахування останньої здійснюється до нульової межі вартості НМА.

Амортизаційні відрахування, як і інші витрати підготовку та на подальше функціонування магазину (витрати по хостінгу, витрати на домен тощо) накопичуються стандартно для торгівлі на рахунку 93 «Витрати на збут».

Кореспонденція рахунків зі створення інтернет-сайту наведена в табл.

2.3

Таблиця 2.3 – Кореспонденція рахунків.

№	Зміст	Дт	Кт
1	Розробка сайту підрядником	154	631
2	ПК з ПДВ	641	631

Продовження табл.2.3

3	Сукупні витрати на реєстрацію домену та хостинг	154	631
4	ПК з ПДВ	641	631
5	Оплачено послуги підряднику	631	311
6	Введено сайт в експлуатацію	125	154
7	Нараховано амортизацію	93	133

Безумовно левову частку і обліку будуть становити операції пов'язані з рухом та реалізацією товарів, що обумовлюються способом доставки та видом проведених розрахунків (рис.2.4).



Рисунок 2.4 – Ключові фактори, що впливають на порядок обліку реалізації товарів

При цьому на подальшу організацію обліку та оподаткування буде впливати як саме проводилися розрахунки, наприклад готівкою, оскільки вони можуть реалізовуватися через кур'єрську службу, що може існувати на самому підприємстві чи залучатися на умовах договору про надання сторонніх послуг, або здійснюватися шліхом поштових переказів, або готівкова оплата може проводитися безпосередньо на фірмі.

Означені аспекти вплинуть на порядок відображення не тільки в системі синтетичного обліку, а в торкнуться питань нарахування ПДВ.

Для обліку ПДВ важливо зазначити коли відбувається перша подія для визнання податкового зобов'язання (ПЗ), при доставці товару поштовою

службою, ПЗ виникає коли передається товар поштової службі або коли покупець безпосередньо отримує товар. Але якщо видача товару відбувається у точці видачі товару, то ПЗ виникає на дату передачу покупцеві замовлення а не у момент переміщення на точку видачі товару.

Для відображення в обліку товарів, а саме яким шляхом цей товар надходить покупцеві бухгалтери використовують рахунок:

- 281 "Товари на складі";
- 283 "Товари, що видаються кур'єрам".

Типова кореспонденція рахунків при доставці товару кур'єром і здійсненням післяплати наведена в таблиці 2.4

Таблиця 2.4 – Кореспонденція рахунків

№	Зміст	Дт	Кт
1	Передано зі складу товари кур'єру	283	281
2	Отримано кошти за товар від кур'єра, що здійснив доставку	301	702
3	Нараховано Податкове зобов'язання	702	641
4	Списано реалізацію товару	92	283
5	Оплачено послуги підряднику	631	311
6	Нараховано витрати з доставки, такі як зарплата та пальне	93	372,661
7	Списання собівартості реалізованих товарів	791	902
8	Витрати на збут	791	93

Виникає розповсюджена ситуація з використанням способу післяплати. Такий спосіб оплати називається зазвичай «накладний платіж», оскільки обкладається додатковим відсотком за користування цієї послуги та збільшеним страхуванням товару. Післяплата є найпопулярнішим способом оплати за товар в інтернет-торгівлі.

Продавцю важливо розуміти тверді наміри покупця з придбання товару, тому зазвичай інтерне-магазин працює за передплатою. Такий спосіб гарантує

намір клієнта і убезпечує продавця від обману. Кореспонденція рахунків з передоплатою наведена в таблиці 2.5

Таблиця 2.5 – Кореспонденція рахунків з передоплати.

№	Зміст	Дт	Кт
1	Отримано передоплату від покупця за товар	311	681
2	Нараховано Податкове зобов'язання	643	641
3	Передано товар кур'єру для доставки	283	281
4	Покупець отримав свій товар	361	702
5	ПЗ з ПДВ	702	643
7	Списання собівартості реалізованих товарів	902	283
8	Визначено фін. результат	702,791	791,702
9	Зараховано зобов'язання за передплату	681	361

Наступним аспектом є не тільки яким способом може доставлятися товар покупцеві, а те як він оплачує за цей товар. Деякі підприємства мають не тільки можливість надсилати товар поштою або кур'єром, але і безпосередньо віддати цей товар покупцю у офлайн магазині, якщо він наявний.

Кореспонденція рахунків з отриманням товару в точці видачі магазину наведено в таблиці 2.6

Таблиця 2.6 – Кореспонденція рахунків.

№	Зміст	Дт	Кт
1	Отримано товар покупцем в магазині	301	702
2	Нараховано ПДВ	702	641
3	Списання собівартості реалізованих товарів	902	281
4	Визначено фін. результат	702,791	791,702

Безготівкова форма оплати передбачає можливість здійснення оплати за допомогою посередника через інтернет-еквайринг. Така операція є зручною для покупця і її він може здійснити безпосередньо на сайті. Грошові кошти надходять на наступний день на рахунок підприємства з вирахуванням комісії

за екваринговим договором. Бухгалтерські проводки які відображають таку операцію наведені в таблиці 2.7

Таблиця 2.7 – Кореспонденція рахунків з еквайрингу.

№	Зміст	Дт	Кт
1	Оплата за товар (дані Z-звіту)	333	702
2	Нараховано ПДВ	702	641
3	Надійшли кошти на поточний рахунок (за мінусом винагороди банку)	311	333
4	Віднесено до складу витрат послуги банку (договір з банком, розрахунок наданих послуг за розрахунково-касове обслуговування, виписка банку)	92	333
5	Списано с-б	902	28
6	Визначено фін. результат	702, 791	791, 902,92

Отже, як дослідили провадження інтернет- торгівлі ставить значні задачі перед бухгалтером щодо коректності відображення всіх господарських операцій, що виникають в ході електронної діяльності. Організація бухгалтерського обліку інтернет-торгівлі формується під впливом специфіки діяльності та вимог, що ставлять перед собою власники та управляючі менеджери.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

3.1 Удосконалення обліку інтернет- торгівлі

Розвиток інформаційних технологій дозволяє бізнесу масштабуватися у віртуальний простір – мережу Інтернет. Деякі підприємства починають свою діяльність із електронної комерції, і згодом переходять в традиційний метод реалізації товару, а деякі навпаки розширюють свої можливості на простори Інтернету.

В незалежності від способу ведення підприємницької діяльності важливим аспектом залишається правильно організований бухгалтерський облік на підприємстві. Коректна організація обліку в управлінському аспекті може давати більш точну та наочну інформацію при прийнятті управлінських рішень. В той же час інформація про фінансовий стан підприємства є базисом для задоволення інформаційних потреб інвесторів, власників та формуванні статистичної інформації.

В ході проведеного дослідження ми пропонуємо здійснити ефективний аналіз доходів, витрат та обліку товарів на підприємствах електронної комерції.

Для торгівельних підприємств, що провадять основну діяльність в інтернет мережі ми пропонуємо впровадити аналітичні рахунки до рахунка 28 «Товари». Детальна характеристика наведена на рисунку 3.1

Данна аналітична структура рахунку обліку товарів буде сприяти забезпеченню гнучкої інформаційної бази, контролю та прийнятті управлінських рішень щодо стану обсягів товарів та їх структури на рахунках підприємства е-комерції.

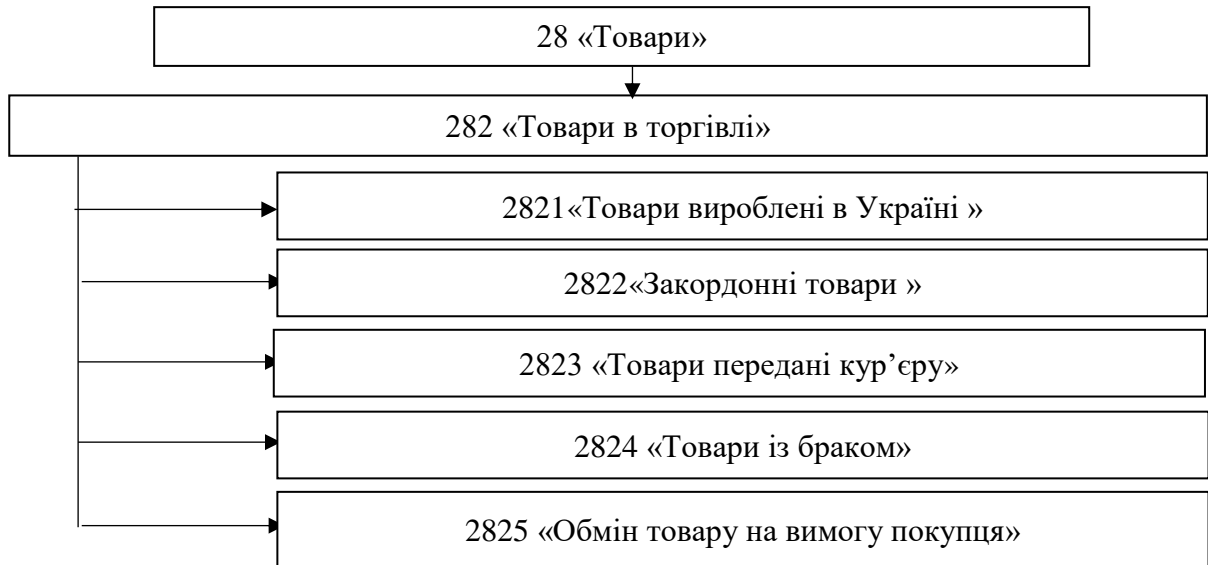


Рисунок 3.1 – Аналітичні рахунки з обліку товарів

Поряд з удосконаленням обліку товарів необхідно покращувати детальну характеристику доходів та витрат підприємства е-комерції. Тому вважаємо, що доцільно розподілити дохід за сферами діяльності в площині яких працює підприємство.

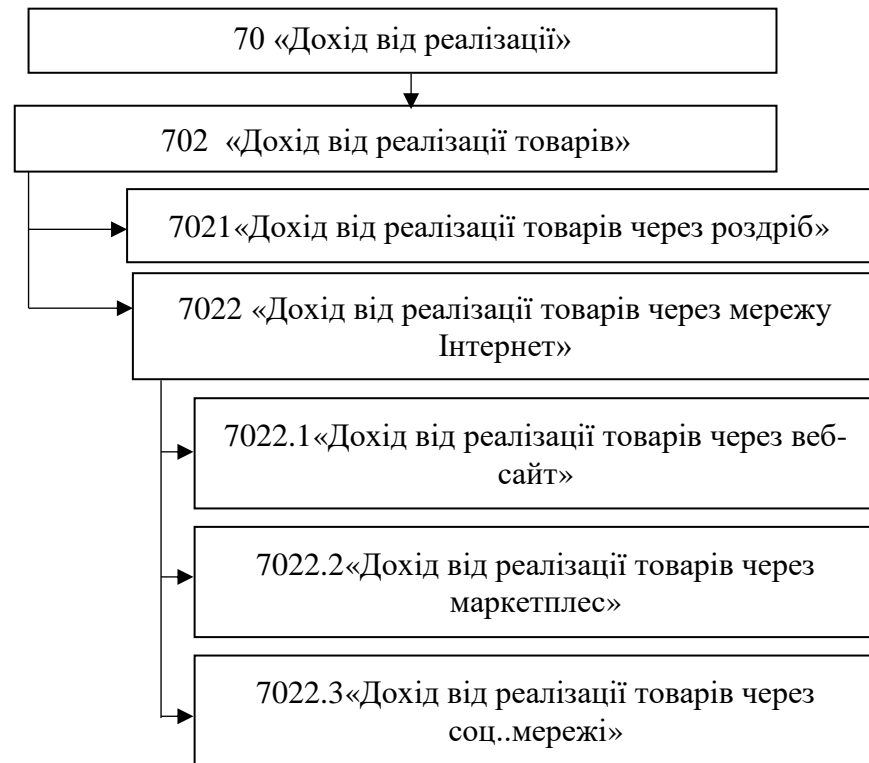


Рисунок 3.2 – Аналітичні рахунки обліку доходу

Дана аналітична структура обліку доходів дає зрозуміти яку частку доходу займає кожна сфера діяльності підприємства. За наведеною схемою аналітичних рахунків ми розподіляємо дохід в розрізі кожного напрямку діяльності. В свою чергу акцентуємо увагу на обліку доходів через мережу Інтернет, оскільки такий вектор діяльності можна додатково деталізувати за напрямками реалізації товару саме в мережі Інтернет. А саме ця деталізація аналітики доходів через мережу Інтернет дає вичерпну інформацію про обсяги діяльності та прийняті рішення при доцільності використання тих чи інших шляхів реалізації.

При дотриманні принципу відповідності доходів та витрат, що необхідне при визначенні фінансових результатів за звітні періоди необхідно співставляти доходи відповідного періоду з витратами, що були понесені для отримання цих доходів. Оскільки основна діяльність більшості підприємств України направлена на два вектори- реальні продажі, та продажі в мережі Інтернет ми пропонуємо розподілити рахунок 90 «Собівартість реалізації» відповідно до кожного напрямку діяльності. Данна схема наведена на рисунку 3.3.

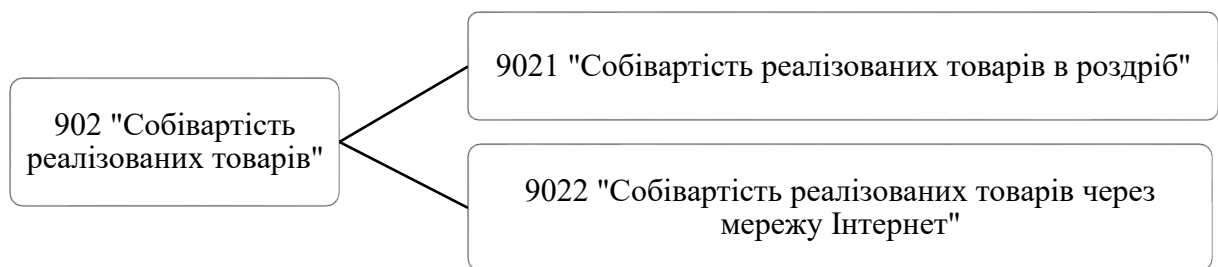


Рисунок 3.3 – Аналітичні рахунки обліку собівартості

Дане розмежування витрат на реалізацію товарів сприяє чіткому розумінню понесених витрат на собівартість кожного виду діяльності. Собівартість товарів є важливим показником, адже ілюструє в яку вартість обходиться кожен вид продукції і наскільки вигідно його реалізувати за поточних економічних умов.

Розглядаючи всі витрати, що викають під час провадження підприємницької діяльності питому вагу займають і витрати на збут. Дані витрати виникають під час збутової діяльності в операційному циклі та не включаються до собівартості товарів. Структура аналітики витрат на збут наведена на рисунку 3.4

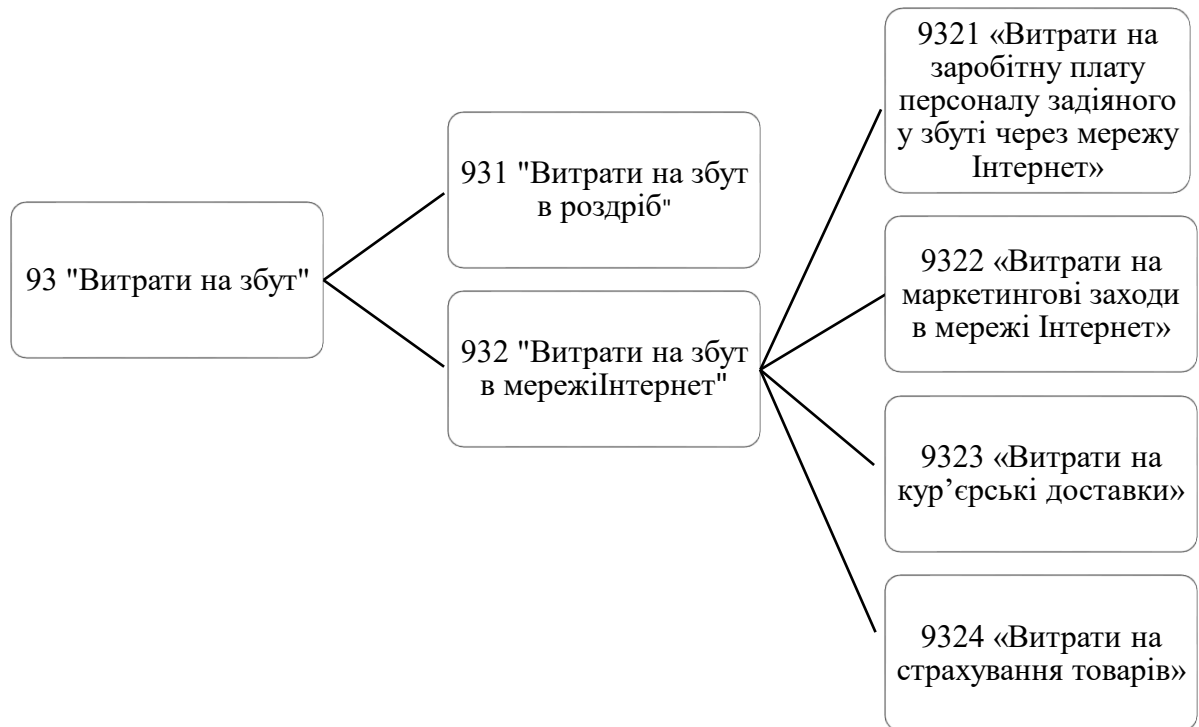


Рисунок 3.4 – Аналітика витрат на збут

Наступним аспектом є відповідність відображення фінансових результатів до кожного виду діяльності, для цього ми пропонуємо впровадити аналітичні рахунки для рахунку 79 «Фінансові результати»

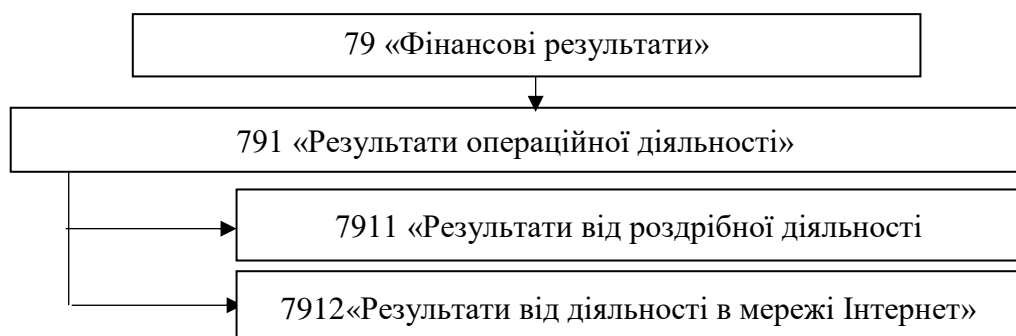


Рисунок 3.5 – Аналітика фінансових результатів

Відповідно до запропонованих аналітичних рахунків обліку товарів, доходів та витрат пропонуємо розглянути кореспонденції бухгалтерського обліку на підприємствах з е-комерції наведених в таблиці 3.1., 3.2

Таблиця 3.1 – Кореспонденції обліку господарських операцій е-комерції

Доставка товару через кур'єрську службу			
№	Зміст	Дт	Кт
1	Замовлення здійснено на веб-сайті та передано працівнику кур'єрської служби підприємства	2823	2821
2	Отримано кошти за товар від кур'єра, що здійснив доставку	301	7022.1
3	Нараховано Податкове зобов'язання	7022.1	641
4	Списано реалізацію товару	9022	2823
5	Оплачено послуги підряднику за куєрську доставку	9323	372
6	Нараховано витрати з доставки, такі як зарплата	9323 9323	661 651
7	Визначено фін. результат	7022.1 7912 7912	7912 9022 9323

Таблиця 3.2 - Кореспонденції обліку господарських операцій е-комерції

Доставка товару через сторонню кур'єрську службу			
№	Зміст	Дт	Кт
1	Замовлення здійснено в соц.мережі та передано працівнику кур'єрської сторонньої організації	2823	2821
2	Віднесено на витрати послуги кур'єра	9323	631
3	Відображено ПК з ПДВ	641	631
4	Отримано данні звіту, щодо доставки	361	7022.3
5	Відображено ПЗ з ПДВ	7022.3	641
6	Отримано оплату за товар	311	361

Отже, така деталізація рахунків бухгалтерського обліку підприємств задіяних в збутовій діяльності через мережу Інтернет направлена на забезпечення гнучкої інформації щодо: ефективного управління продажами товарів; планування діяльності підприємства; ефективного розвитку та адаптації до змін внутрішнього та зовнішнього середовища; планування маркетингової діяльності; визначення масштабувань діяльності та задоволення потреб споживачів.

3.2 Удосконалення оподаткування інтернет-торгівлі

Глобалізаційні процеси, відсутність кордонів в мережі Інтернет та об'єднання в одну глобальну мережу наче створили нову галузь економіки – електронну комерцію. Такі зовнішні умови вимагають адаптації бізнесу, тому все більше і більше підприємств обирають розширити свою діяльність або зовсім перейти в онлайн, а отже це вимагає і нового погляду на оподаткування інтернет-діяльності.

Поширення інтернет-торгівлі не залишає в стороні і регуляторів державних органів України. Оподаткування є одним із найважливіших шляхів наповнення бюджету для стимулювання економіки та різних галузей економіки країни.

В ході виконання поставлених завдань з аналізу нормативно-правової бази, виділили ряд проблемних питань, що пов'язані з оподаткуванням інтернет-торгівлі на території України. Оподаткування торговельної діяльності в мережі Інтернет наразі здійснюється в двох напрямках: за загальними та спрощеними принципами. Вважаємо, що використання загальних принципів оподаткування викликає наслідки пов'язані з втратою контролю великих фінансових потоків з боку держави, що виводять їх з зони оподаткування або знижує базу оподаткування.

Політика держави з податкових питань пов'язаних з електронним бізнесом має забезпечити рівні умови для традиційного ведення підприємницької діяльності так і для електронного бізнесу. Такі дії будуть направлені на сприяння переходу е-комерції з тіньового сектору в реальний. В даному тлумаченні податки направлені на виконання, передусім, функції регулювання, яка враховує не тільки збалансування податкового навантаження, а й також перспективи розвитку електронного бізнесу.

Таким чином, загальні норми що зазначені в Податковому Кодексі України визначають що кожен суб'єкт оподаткування може обрати самостійно

форму оподаткування, в свою чергу більшість з таких суб'єктів обирає спрощену систему оподаткування, виділяючи з цього такі переваги: легальна діяльність; помірне навантаження; спрощена звітність. Всі наведені фактори сприяють утворенню тінізації економіки в сегменті електронної комерції.

Для вирішення поставленої проблеми, ми проаналізували досвід декількох країн ЄС з оподаткування інтернет - торгівлі. Данні аналізу наведені в таблиці 3.3

Таблиця 3.3 – Аналіз країн Європи з оподаткування інтернет-торгівлі.

Країна	Назва податку	Ставка	Умови та цілі впровадження
Італія	Веб-податок	3%	Податок нараховуватиметься одержувачу послуги (платнику за послугу) під час її оплати.
Франція	«податок на YouTube»	2 %	Справляється з рекламних доходів платформ – резидентів і нерезидентів, котрі транслюють безкоштовні чи платні відео в Інтернеті, таких як YouTube чи Netflix
Бельгія	«Fairness Tax» (справедливий податок)	5,51%	Справляється з розподіленого прибутку резидентів чи іноземних компаній, що мають постійне представництво в країні. Податок на справедливість справляється окремо від корпоративного податку, відрізняючись тим, що витрати на ведення діяльності не підлягають вирахуванню.
Словаччина	Intermediation Tax (податок від посередництва через веб-сайти та платформи)		Цей податок базується на розширенні фіксованого місця ділових умов (використанні широкого національного визначення постійного представництва) для певних цифрових платформ
Австрія	Розширення вже існуючих податків		Розширення податку на рекламу, охопивши ним пропозицію товарів і послуг у Інтернеті. За допомогою такого заходу уряд знизив ставку податку на рекламу (в умовах збільшення бази оподаткування)

Для запровадження подібних податків в нашій державі необхідно визначити успішні моделі та модифікувати відповідно до реалій країни з найвищою віддачою в ефективності. На майбутнє також важливо відмітити які аспекти є актуальними і вже прийняті в міжнародному середовищі, а які

найбільше дискутуються. Здійснити ґрунтовний аналіз переваг та недоліки впровадження, систему адміністрації та вплив на економіку.

Прикладом таких успішних кейсів в системі оподаткування можуть стати Бельгія зі своїм податком на справедливість, такий регулятор як, податок на прибуток від посередництва через веб-сайти й платформи, що застосовується в Словаччині або такий податок на рекламу як в Австрії.

Тому виділяємо такі першочергові аспекти удосконалення оподаткування в Україні наведені на рисунку 3.6

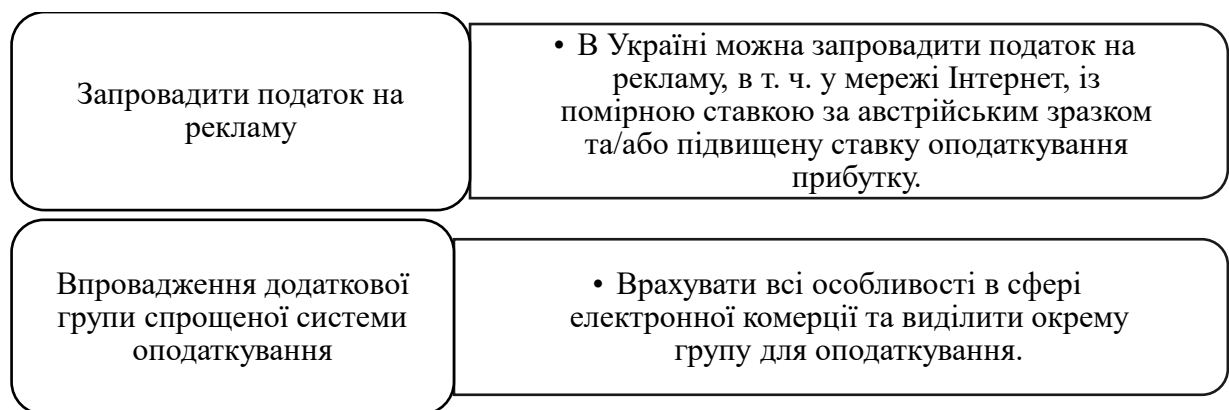


Рисунок 3.6 – Шляхи вдосконалення оподаткування в Україні

Наступним важливим аспектом удосконалення для інтернет діяльності, на якому ми акцентуємо увагу - це облік ПДВ для підприємств, що зареєстровані як платники податку на додану вартість.

Облік ПДВ відбувається одразу при ініціації здійснення платежу на сайті. Базою для нарахування ПЗ з ПДВ є договірна вартість товарів/послуг. Оскільки за день відбуватися може не одна операція з продажу, то створюється зведена податкова накладна за день. Для контролю та організації оподаткування операцій з ПДВ ми пропонуємо на підприємствах застосовувати робочі таблиці, де враховувати такі випадки обліку для подальшого оподаткування.

Таблиця 3.4 – Робоча таблиця для обліку ПДВ

Податкове зобов'язання	на початок дня		на кінець дня		усього	
	база оподаткування	ПДВ	база оподаткування	ПДВ	база оподаткування	ПДВ
Операції на митній території, що підлягають оподаткуванню за основною ставкою 20%						
за ставкою 7%						
Коригування податкового зобов'язання						
Податковий кредит	на початок дня		на кінець дня		усього	
	база оподаткування	ПДВ	база оподаткування	ПДВ	база оподаткування	ПДВ
Придбання товарів/послуг						
Коригування податкового кредиту						

Вказана інформація наводиться на початок і на кінець дня, що дає змогу порівнювати отриману інформацію та готувати своєчасну інформацію для прийняття управлінських рішень.

Далі пропонуємо навести загальну таблицю з розрахунків з ПДВ за день. Данні наведені в таблиці 3.5

Таблиця 3.5 – Робоча таблиця з обліку ПДВ за день.

Розрахунки з ПДВ	на початок дня	на кінець дня	всього
Податкові зобов'язання			
Податковий кредит			
Додатне значення різниці між ПЗ-ПК			
Від'ємне значення різниці між ПЗ-ПК			

Отже, хоча і створюються нормативно-правові акти для регулювання торговельної діяльності в мережі Інтернет, таким прикладом є ЗУ « про електронну комерцію», є ряд не вирішених питань.

Нами було проаналізовано міжнародний досвід країн Європи та виділено два шляхи: запровадження податку та/або окремої групи спрощеної системи оподаткування. Наші шляхи удосконалення покликані вивести з тіні підприємства торговельної діяльності в мережі Інтернет та збільшення податкового надходження до бюджету країни.

Також для підприємств, що є платниками ПДВ розробили робочу таблицю для щоденного контролю за операціями з ПДВ, що сприяє кращому плануванню податкового планування на підприємствах е-комерції.

ВИСНОВКИ

З розвитком технологій звична для нас комерційна діяльність з продажів товарів на ринках, магазинах та ярмарках перейшла в онлайн простір та здійснюється в мережі Інтернет. Нами було досліджено трактування понять інтернет-торгівлі, е-комерції відповідно до нормативно-правових актів та трактувань вчених. В ході провадження дослідження, було зазначено, що електронна комерція враховує такі операції, як електронний документообіг, електронну систему оплати та е-торгівлю.

Слушно до мети кваліфікаційної роботи було досліджено форми провадження інтернет-торгівлі відповідно до організації діяльності та зазначено, що підприємство е-комерції повинно бути зареєстровано у формі товариства з обмеженою відповідальністю на загальній системі оподаткування або фізична особа підприємець на спрощеній або на загальній системі оподаткування.

Проведено аналіз та перспективи розвитку інтернет-торгівлі на території України. Було встановлено позитивну тенденцію товарообігу та збільшення частки продажів через мережу Інтернет в загальній сукупності роздрібною торгівлі в Україні. Аналіз даних міжнародних та вітчизняних організацій допоміг проаналізувати структуру ринку е-комерції та виділити найперспективніші товари для реалізації е-комерції, такі як: електроніка, одяг та товари для дітей.

Розповсюдження інтернет-торгівлі не оминає і удосконалення облікових аспектів. Було проаналізовано міжнародний досвід країн ЄС та запропоновано два шляхи удосконалення: запровадження податку на рекламу та створення окремої групи спрощеного оподаткування. Такі шляхи удосконалення дають можливість вивести з тіні всі шляхи надходження прибутків підприємств та закріпити нормативно-правовими актами більш деталізовано діяльність е-комерції.

Дослідження організації системи бухгалтерського обліку підприємств інтернет-торгівлі дозволило виділити ряд питань, щодо удосконалення обліку товарів, доходів, витрат та фінансових результатів. Розмежування аналітичних рахунків товарів, доходів та витрат дозволить збільшити результативність контролю власників та управлінців за рухом товарів та обсягами їх реалізації.

Наслідковим ефектом у розмежуванні обліку товарів за аналітичними рахунками є впровадження аналітики з обліку доходів та витрат, які були понесені відповідно до облікованих товарів.

Удосконалення фінансових результатів дає перевагу при аналізі діяльності, якщо підприємство окрім інтернет-торгівлі здійснює і роздрібну торгівлю онлайн. Доцільність даного впровадження обґрунтована розмежуванням видів діяльності та відображенням окремих напрямів отримання прибутку на одному підприємстві.

Для ефективного управління податками нами було запропоновано розширити законодавчі норми для підприємств електронної комерції, а також запропоновано та розроблено робочі таблиці для внутрішнього управління податку на додану вартість, що сприяють покращенню організаційної роботи бухгалтерів та контролювати за обсягами надходжень податкових зобов'язань та податкового кредиту за день, що ефективно вплине на подальше планування тижневих, місячних та квартальних обсягів сплати податків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Куклін О.В. Комерційна діяльність організацій: Курс лекцій: Навчальний посібник. Черкаси: Кур'єр, 2005. 324 с.
2. Господарський кодекс України. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
3. Комерційна діяльність : підруч. / за ред. проф. В. В. Апопія. К. : Знання, 2008. 558 с.
4. Крисько Ж. Сутність та види комерційної діяльності підприємства. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. 2013. Вип. 18. С. 75–83.
5. Дахно І. І. Міжнародна торгівля: навч. посіб. К.: МАУП, 2003. 296 с.
6. Череп А. В., Ортинська О. Л. Основні аспекти комерційної діяльності підприємств. Продуктивні сили і регіональна економіка. 2008. Ч. 1. С. 198–203.
7. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. Підручник для вузів / І. В. Багорова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман О.О. К.: Центр навч. літ-ри, 2004. 580 с.
8. Гонський М.Д. Сутність і зміст комерційної діяльності торговельного підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21.1. С.177–182.
9. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. - К 78 Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. - Київ: Аграр Медіа Груп, 2021, - 454 с.
10. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII : станом на 19 квіт. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
11. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні : Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III : станом на 3 лип. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>
12. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV : станом на 7 листоп. 2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15>

13. Про електронний цифровий підпис : Закон України від 22.05.2003 р. № 852-IV : станом на 7 листоп. 2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/852-15>
14. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 р. № 2297-VI : станом на 23 квіт. 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>
15. Про забезпечення функціонування української мови як державної: Закон України від 14.07.2021 № № 1-р/2021
16. Про авторське право та суміжні права: Закон України від 23.12.93 № 3793-XII, [Електронний ресурс].–Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>
17. Питання Міністерства цифрової трансформації: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.09.2019 р. № 856 : станом на 12 лют. 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-18>. Директива 95/46/ЄС Європейського Парламенту і Ради «Про захист фізичних осіб при обробці персональних даних і про вільне переміщення таких даних» : Директива Європейського Союзу від 24.10.1995 р. № 95/46/ЄС : станом на 25 трав. 2018 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_242
19. Директива 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах» : Директива Європейського Союзу від 20.05.1997 р. № 97/7/ЄС : станом на 23 верес. 2002 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_245
20. Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council on payment services in the internal market, amending Directives 2002/65/EC, 2009/110/EC and 2013/36/EU and Regulation (EU) No 1093/2010, and repealing Directive 2007/64/ EC : Directive (EU) of 25.11.2015 № 2015/2366 : as of 23 December 2015. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2015/2366/oj/eng>
21. Кужелюк А.В., Стаднюк Т.В. Інтернет-торгівля: здійснення та облік. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Випуск 9. С. 797 - 801.

- URL: <http://globalnational.in.ua/archive/9-2016/163.pdf> (дата звернення 08.02.2021).
22. Шевченко А. Відкриваємо інтернет-магазин: крок за кроком. / А. Шевченко // УТЕКА / - 03.09.2019. - Режим доступу: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-hozyajstvennyye-operacii-9-otkryvaem-internet-magazin-shag-za-shagom> .
23. Паламаренко Ю.О. Особливості бухгалтерського обліку і оподаткування в інтернет-торгівлі / Ю.О. Паламаренко // Облік і фінанси АПК. – 2012. - №1. – С. 63-65.
24. ПСБО 15 «Дохід» - Наказ Мінфіну № 290 від 29.11.99
25. Електронний ресурс - <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2020/june/issue-51/article-109257.html>
26. Кобилецький В. Р., Коефіцієнт фінансової автономії (Коефіцієнт фінансової незалежності) / В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikiv/346-pokaznik-finansovoji-avtonomiji-pokaznik-finansovoji-nezalezhnosti> (дата перегляду: 25.11.2022)
27. Gibson H. Charles Financial Reporting & Analysis // The University of Toledo, Emeritus. 12th Edition. 624 p. - ISBN-13: 978-1439080603
28. Atieh, S. H. (2014). Liquidity Analysis Using Cash Flow Ratios as Compared to Traditional Ratios in the Pharmaceutical Sector in Jordan. International journal of Financial research, 5(3), 146. Available online at: <http://sciedu.ca/journal/index.php/ijfr/article/viewFile/5019/2949>
29. Дорошенко А.П. Оцінка ліквідності та платоспроможності в контексті діагностики загального фінансового стану підприємства / А. П. Дорошенко. // Ефективна економіка. 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_37

30. Дані дохідності альтернативних інструментів - URL: https://bank.gov.ua/files/4-Financial_markets.xlsx
31. Звітність підприємства - URL: <https://data.gov.ua/dataset>
32. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ МФУ від 09.12. 2011 № 1591 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
33. Гарасимишин Н.Є. Особливості бухгалтерського обліку операцій зі створення та функціонування веб-сайту інтернет-магазину/ Н.Є. Гарасимишин, І.В. Луцюк // Облік, аналіз, аудит і оподаткування в умовах глобалізації економіки. – 2017. – С. 44-46.
34. Паламаренко Ю.О. Особливості бухгалтерського обліку і оподаткування в інтернет-торгівлі / Ю.О. Паламаренко // Облік і фінанси АПК. – 2012. - №1. – С. 63-65.
35. Шевченко А. Відкриваємо інтернет-магазин: крок за кроком. / А. Шевченко // УТЕКА / - 03.09.2019. - Режим доступу: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-hozyajstvennyye-operacii-9-otkryvaem-internet-magazin-shag-za-shagom>
36. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати». Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 27.06.2013. № 627.
37. Instagram нарощує м'язи – як українці користуються соцмережами. URL : <https://nachasi.com/2020/03/11/facebook-instagram-in-ukraine/>
38. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 (МСБО 38). Нематеріальні активи. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/92_050#Text
39. Chaffey D. E-business and E-commerce Management. Strategy, Implementation and Practice. Prentice Hall. 2019. 800 p. URL: <http://site.iugaza.edu.ps/rshaban/files/dave-chaffey-e-business-and-e-commerce-managementstrategies-4th-ed-qwerty80.pdf>
40. Інтернет Асоціація України. URL: <https://inau.ua>

ДОДАТОК А

SUMMARY

Samotoi Y.S. Organization of Internet trade: accounting and taxation. Master's qualification thesis. Sumy State University, Sumy, 2022

The work examines the essence of accounting and taxation of Internet trade enterprises of Ukraine. A system of basic principles regarding the accounting of goods, income, expenses and financial results of internal trade enterprises has been formed.

The main goal of this study is to develop recommendations on the formation of income, expenses and financial results of internal trade enterprises and the organization of recommendations on internal control of VAT accounting and accounting of trade activities at the national level.

Keywords: trading activity, commercial activity, online trade, e-commerce, internet trade, income, expenses, financial results, e-commerce accounting, taxation of internet trade.

АНОТАЦІЯ

Самотой Ю.С. Організація інтернет-торгівлі: облік та оподаткування. Кваліфікаційна магістерська робота. Сумський державний університет, Суми, 2022 р.

У роботі досліджено сутність обліку та оподаткування підприємств інтернет-торгівлі України. Сформовано систему основних принципів щодо обліку товарів, доходів, витрат та фінансових результатів підприємств інтерне-торгівлі.

Основною метою цього дослідження є розробка рекомендацій щодо формування доходів, витрат та фінансових результатів підприємств інтерне-торгівлі та організації рекомендацій щодо внутрішнього контролю обліку з ПДВ та обліку торговельної діяльності на національному рівні.

Ключові слова: торговельна діяльність, комерційна діяльність, онлайн-торгівля, е-комерція, інтернет-торгівля, доходи, витрати, фінансові результати, облік е-комерції, оподаткування інтернет-торгівлі.

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1 – визначення поняття «комерційна діяльність» науковцями.

№	Автор	Визначення
	Апопій В. В.	характеризує комерційну діяльність як спосіб реалізації комерційних процесів із послідовного виконання операцій, що забезпечують організаційні, економічні, соціальні, правові аспекти товарно-грошового обміну [3].
	Крисько Ж.	трактує комерційну діяльність як «процес організації й управління комерційними процесами та операціями, пов'язаними з товарно-грошовим обміном» [4].
	Дахно І. І.	характеризує поняття «комерційна діяльність» як оперативно-організаційну діяльність по здійсненню операцій обміну товарно-матеріальних цінностей в цілях задоволення потреб населення і отримання прибутку [5]
	Череп А. В. та Ортинська О. Л	«комерційна діяльність – ініціативна самостійна діяльність громадян та їхніх об'єднань, спрямована на отримання прибутку» [6].

ДОДАТОК В

Таблиця 1 - Принципи електронної комерції.

Принцип	Трактування
Єдиного системного зв'язку	передбачає, що персональні комп'ютери й інші комп'ютерні пристрої пов'язані між собою через телекомунікації і утворюють всесвітню мережу.
Повноти	в цифровій економіці цінність товару/послуги зумовлена різноманітністю пропозицій, тобто чим більше товарів у мережі, тим ціннішими вони є. Проте цей принцип суперечить відомим аксіомам, які відображають закономірності традиційної економіки (перша аксіома: цінність визначається рідкістю товару, оскільки його кількість обмежена; друга аксіома: надмірне виробництво товарів призводить до значної втрати його цінності).
Експоненти	розвиток цифрової економіки відбувається експонційно, що пов'язано з нелінійним характером збільшення кількості її елементів.
Зростаючого ефекту	прихід в цифрову економіку нових учасників призводить до розширення мережі Інтернет - до неї потрапляє все більша кількість бізнесменів. Зрештою збільшується обсяг продажу товарів/послуг, який призводить до зростання обсягу отриманого прибутку учасника бізнес-процесів.
Зворотного ціноутворення	полягає в тому, що ціни на всі кращі товари/послуги, які зустрічаються в цифровій економіці, мають явну тенденцію до зниження з року в рік. Інтернет-компанії для виживання в жорсткій конкурентній боротьбі змушені постійно поставляти на ринок нові товари. З цієї причини в Інтернет-економіці зростає значущість банерної реклами, цінність здійснюваних інновацій. Система зворотного ціноутворення поширюється на мікропроцесори, телекомунікації, мікросхеми тощо. Ціни на телекомунікаційні послуги знижуються, а телекомунікаційні потужності зростають швидко.
Принцип "безоплатності"	В цифровій економіці цінність товару/послуги прямо пропорційна масштабу його поширення, тому зростання кількості наданих користувачам копій призводить до збільшення і цінності кожної з них. Продаючи варіанти продукту, які у майбутньому модернізуються, і додаткове сервісне обслуговування до нього, Інтернет-компанія може постійно заробляти. При цьому вона продовжує безкоштовно поширювати початкову версію продукту.
Принцип лояльності	Полягає у тому, що прихильність покупців Інтернет-компанії опиняється в одночасному застосуванні мережі і мережних платформ. Якщо в традиційній економіці рівень якості життя громадян залежить від ефективності функціонування національної економіки, то в Інтернеті

	добробут громадян визначається рівнем процвітання мережі.
Принцип переоцінки цінностей	Полягає в поступовому замищенні матеріальних цінностей системою знань й інформаційних цінностей. Частина вартості інформаційної складової у вартості сучасних товарів постійно зростає. Відповідно до цього принципу постачальники продукції в Інтернет виготовляють свої каталоги-пропозиції з урахуванням конкретної групи покупців або сегментів ринку.
Принцип глобалізації	Цифрова економіка - це сукупність тісно пов'язаних між собою ринків у світовому масштабі. Географічне розташування Інтернет-компаній не має принципового значення. Будь-який бізнес в мережі розповсюджується практично миттєво по всіх країнах світу. З такою ж швидкістю з'являються і конкуренти, що пов'язане зі зростанням різного роду ризиків.
Принцип хаосу	полягає в тому, що життєздатність компаній в цифровій економіці забезпечується за допомогою періодично і досить часто станом неврівноваженості, що настає. При його появі відбувається знищення старого с-бізнесу й одночасно створюються сприятливі умови для народження нового бізнесу, більш ефективного. Встановлено, що термін існування нового бізнесу в мережі значно коротший, ніж в традиційній економіці. При цьому, зі знищенням старих робочих місць з'являється незрівнянно більша кількість нових робочих місць. На думку фахівців, цифрова економіка функціонує в умовах періодично хаосу, що настав.
Принцип децентралізації	Анархія - основний спосіб існування цифрової економіки. У ній немає центрального планового органу, який координує і вказує потрібний напрям руху учасників мережі. Цифрова економіка практично не піддається регуляції.
Принцип клонування	В цифровій економіці високими темпами відбувається щорічне збільшення реального числа покупців, однорідні групи яких утворюють нові сегменти віртуального ринку. При цьому, зникають торговельні межі. Процес електронної торгівлі (е-торгівлі) стає вільним у світовому масштабі.

ДОДАТОК Г



ДОДАТОК Д

Таблиця 1 – Правові акти з регулювання електронної торгівлі в Україні та ЄС

Аспекти	Україна	ЄС
Персональні дані	ЗУ «Про захист прав споживачів»	Директива «Про захист осіб у сфері переробки особистої інформації та вільного переміщення такої інформації»
Права покупців	ЗУ «Про електронну комерцію»	Директива «Про захист прав споживачів щодо дистанційних контрактів»
Права посередників	ЗУ «Про електронну комерцію»	Статті 12-15 Директиви про електронну комерцію
Здійснення розрахунків і платежів	ЗУ «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні»	Директива «Про платіжні послуги»
Електронний документообіг	ЗУ «Про електронні документи та електронний документообіг». ЗУ «Про електронний цифровий підпис»	Статті 9-11 Директиви про електронну комерцію

ДОДАТОК Е

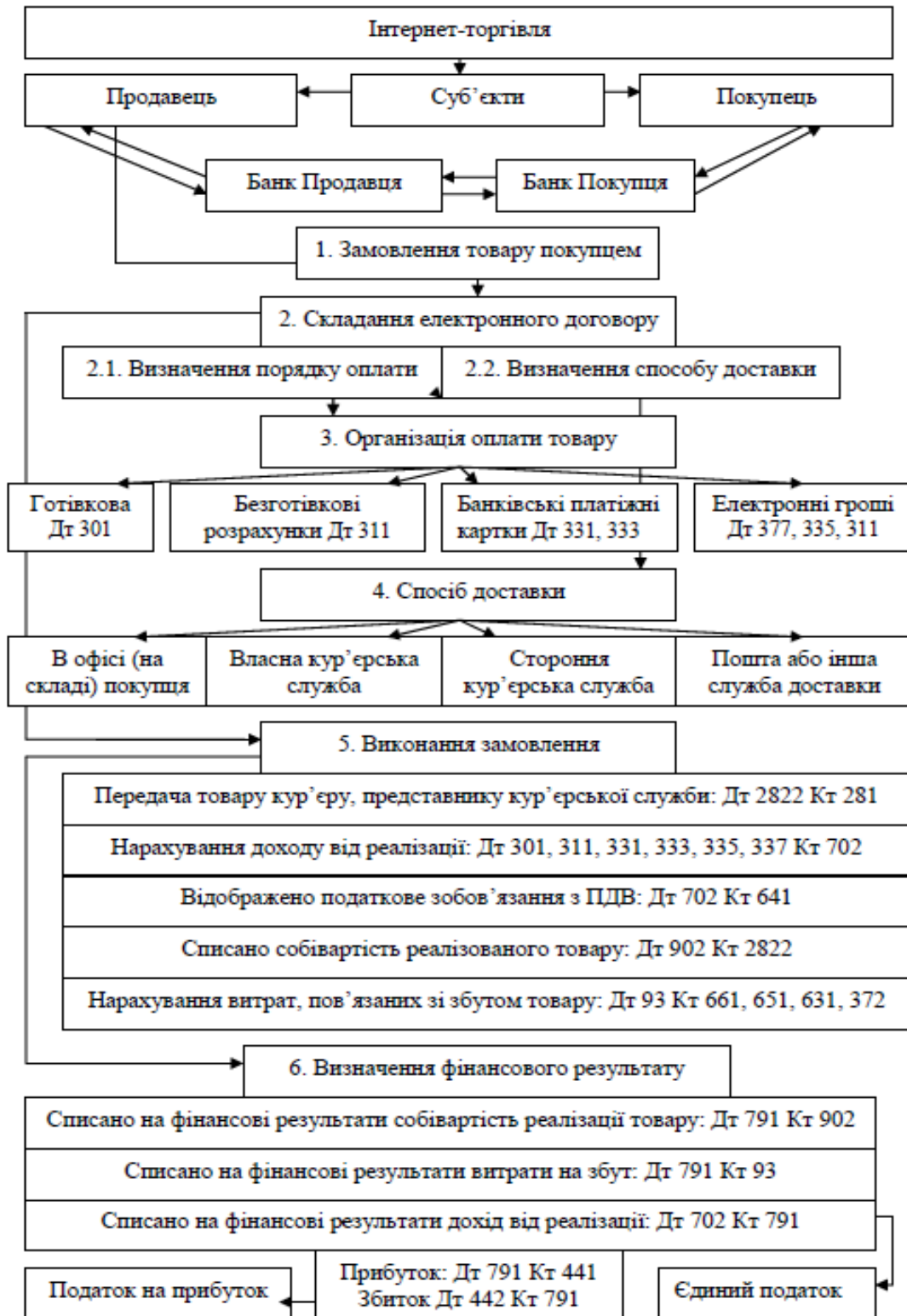


Рисунок Е.1 Алгоритм здійснення інтерне-торгівлі [34]