

Студенти 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОБЛІКУ ТОРГІВЛІ ЧЕРЕЗ МЕРЕЖУ ІНТЕРНЕТ

Анотація. Визначено особливості такого виду комунікацій, як Інтернет. Висвітлено особливості організації та обліку торгівлі через мережу Інтернет.

Аннотация. Определены особенности такого вида коммуникаций, как Интернет. Освещены особенности организации и учета торговли через Интернет.

Annotation. The features of this form of communication like the Internet is determined. Highlights features of the organization and registration of trade over the Internet is identified.

Ключові слова: Інтернет -торгівля, мережа, облік.

Сучасні електронні та віртуальні технології привели до стрімкого розвитку такого виду діяльності, як торгівля через Інтернет. Потрібно зазначити, що цей вид бізнесу є зручним і вигідним для більшості населення. Інтернет-торгівля – це новий спосіб організації, управління і здійснення бізнес-угод з використанням комп'ютерів і комунікаційних мереж [1].

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що в сучасних умовах все більшу увагу притягує торгівля через мережу Інтернет, оскільки зараз структура попиту на товари і послуги в Інтернеті дуже близька до реальної.

Дослідженню Інтернет-торгівлі присвячені праці таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: Анопій В. В., Б. Паншин, М. Портер, Б. Берман [2].

Метою статті є визначення особливостей організації та обліку торгівлі через мережу Інтернет.

Популярність торгівлі товарами через Інтернет неухильно зростає. Така торгівля вигідна і продавцям, і покупцям. Інтернет-продавців він приваблює можливістю значного скорочення витрат, адже торгувати у Всесвітній мережі можна, навіть не маючи звичайної торгової площі, достатньо створити лише віртуальний майданчик (Інтернет-магазин), який є сайтом в Інтернеті, зареєструвати домен (назва сайту) та укласти договір з провайдером. Крім того, у продавця відпадає необхідність у придбанні дорогого торгового обладнання, наймі персоналу і т. д.

Продавці за рахунок економії на торгових площах мають можливість запропонувати покупцям вигідніші ціни порівняно зі звичайними магазинами. А покупцеві для здійснення покупки не потрібно навіть виходити з дому. Досить

кілька разів клацнути комп'ютерною мишею на екрані монітора – і вибраний товар буде доставлений прямо до будинку [3].

Як здійснюються продажів в мережі Інтернет?

Продавати товари за допомогою Інтернету можна як оптом, так і в роздріб. При реалізації товарів оптом на сайті продавця зазвичай розміщується каталог реалізованої продукції і прайс-лист з поточними цінами, а також контактна інформація (телефони, факси, електронні поштові адреси). З покупцем укладається договір поставки (наприклад, за допомогою виставлення рахунку), і далі діє звичайна схема оптових продажів. Оплата за товар при цьому відбувається в основному в безготівковому порядку.

На відміну від оптової торгівлі, роздрібні продажі через Інтернет мають свої особливості й істотно відрізняються від торгівлі в звичайному роздрібному магазині. У переважній більшості випадків торгівля в роздріб ведеться через спеціальні сайти – Інтернет-магазини, які є віртуальними аналогами торгового залу реального роздрібного магазину зі своїми вітринами, кошиками для товару і т. п. Реалізація товару в цьому випадку відбувається таким чином: покупець заходить на сайт Інтернет-магазину та за представленими на ньому описами товарів та їх фотографій обирає вподобаний йому товар, складаючи його у віртуальну корзину. Обраний товар доставляється покупцю в зазначене при оформленні замовлення місце, або він здійснює самовивіз товару зі складу.

Відмінною особливістю роздрібних Інтернет-продажів є те, що у покупця відсутня можливість безпосереднього ознайомлення з товаром у момент прийняття рішення про покупку. Договір роздрібної купівлі-продажу може бути укладений на підставі ознайомлення покупця із запропонованим продавцем описом товару за допомогою каталогів, проспектів, буклетів, фотознімків, засобів зв'язку (телевізійної, поштового, радіозв'язку та інших) чи іншими способами, що виключають можливість безпосереднього ознайомлення споживача з товаром або зразком товару при укладенні договору.

Договір роздрібної купівлі-продажу при дистанційній торгівлі вважається укладеним з моменту видачі продавцем покупцеві касового або товарного чека, іншого документа, що підтверджує оплату товару, або отримання продавцем повідомлення про намір покупця придбати товар.

Але не всіма товарами можна торгувати дистанційно. Правилами не допускається продаж дистанційним способом алкогольної продукції, а також товарів, вільна реалізація яких заборонена або обмежена законодавством [2].

Облік витрат. Витрати на сайт.

Для того щоб почати торгувати через Інтернет, у першу чергу, необхідно створити сайт, на якому розміщуватиметься інформація про товари, форми для оформлення замовлення і т. п. Такий сайт створюється або силами самої організації, або його розробка замовляється у сторонніх організацій.

Залежно від того, передаються організації виключні права на сайт чи ні, залежатиме відображення витрат зі створення сайта в бухгалтерському обліку.

Якщо виключні права на сайт не передаються, витрати на його створення будуть враховуватися у складі витрат майбутніх періодів на рахунку 97 і списуватися протягом встановленого терміну використання сайта.

Після того, як сайт створений, йому потрібно привласнити доменне ім'я і зареєструвати це ім'я в установленому порядку. Доменне ім'я є унікальною адресою сайта в мережі Інтернет.

Суми, сплачені за первинну реєстрацію доменного імені, включаються до первісної вартості сайта при його прийнятті на облік як нематеріального активу.

Наступні продовження реєстрації доменного імені будуть враховуватися у складі витрат організації та списуватися рівномірно протягом періоду продовження

реєстрації. У бухгалтерському обліку такі витрати будуть ставитися до витрат за звичайними видами діяльності і враховуватися у складі витрат майбутніх періодів на рахунку 97. У податковому обліку ці витрати відносяться до інших витрат, пов'язаних з виробництвом і реалізацією.

Для того щоб зробити сайт доступним Інтернет-користувачам, організація повинна розмістити його на сервері.

Але організація може придбати власний сервер і розмістити свій сайт на ньому. У цьому випадку придбаний сервер буде враховуватися у складі основних засобів організації, а його вартість буде погашатися за допомогою нарахування амортизації.

У бухгалтерському обліку ці витрати відносяться до витрат за звичайними видами діяльності [4].

Відображення витрат на створення Інтернет-магазину в бухгалтерському обліку розглянемо на прикладі.

Приклад:

Адміністрацією підприємства прийняте рішення про створення Інтернет-магазину на базі віртуального WWW-сервера. З цією метою з організацією-розробником було укладено три договори:

на суму 24 000 грн (у тому числі ПДВ 4 000) на створення Web-сайта у вигляді програмного комплексу з реєстрацією доменного імені та авторських прав підприємства;

на інформаційне оновлення і супровід сайта, яким передбачена щомісячна плата в розмірі 900 грн (у тому числі ПДВ 150 грн);

на суму 6 000 грн (у тому числі ПДВ 1 000 грн) на рекламні послуги з просування Web-сайта в мережі Інтернет.

Крім того, підприємством було укладено два договори з провайдером:

на забезпечення комутованого доступу в Інтернет із зобов'язанням вносити щомісячну плату в розмірі 480 грн (у тому числі ПДВ 80 грн);

на оренду дискового простору на сервері провайдера і технічний супровід із зобов'язанням вносити щомісячну плату в розмірі 300 грн (у тому числі ПДВ 50 грн); при цьому разова плата за відкриття віртуального сервера становить суму 1 200 грн (у тому числі ПДВ 200 грн).

Спеціальним рішенням встановлено, що Інтернет-магазин працюватиме протягом 5 років, а для початкового просування його на ринок знадобиться не більше 4 місяців. Амортизацію нематеріальних активів (НА) вирішено нараховувати прямолінійним методом (усі рішення, пов'язані з урахуванням діяльності Інтернет-магазину, вказуються в доповненні до наказу про облікову політику, який наведено в таблиці).

Таблиця

Основні господарські операції

Зміст операції	Д -т	К -т	Сум а
Створення Web-сайта			
1. Підписаний акт виконаних робіт зі створення програмно-інформаційного комплексу Інтернет-магазину:		63	20 0
нараховані витрати на створення ПІК;	154	1	00
нарахований податковий кредит	641	63	4
		1	000

2. Сплачено розробнику	631	31 1	2 400
3. Об'єкт НА прийнятий до обліку	125	15 4	20 000
Витрати на відкриття і рекламу Web-сайта			
4. Нараховані витрати, пов'язані з відкриттям Web-сайта на сервері провайдера	39	63 1	1 000
5. Нарахований податковий кредит	641	63 1	200
6. Сплачено провайдеру за відкриття віртуального сервера	631	31 1	120
7. Нараховані витрати на рекламу з просування Web-сайта в мережі Інтернет	93(28)	63 1	5 000
8. Нарахований податковий кредит	641	63 1	1 000
9. Сплачено розробнику Web-сайта за рекламні послуги	631	31 1	6 000
Щомісячні проведення			
10. Нараховані зобов'язання з оплати послуг розробника з інформаційного супроводу сайта: у частині нарахованих витрат (вартості послуг); у частині ПДВ	23 641	63 1 63 1	750 150
11. Сплачено розробнику за інформаційний супровід сайта	631	31 1	900
12. Нараховані зобов'язання з оплати послуг провайдера (плата із забезпечення доступу в Інтернет; плата за хостинг)	23	63 1	650
13. Нарахований податковий кредит, одночасно з проведенням п.12	641	63 1	130
14. Сплачено провайдеру за забезпечення доступу і хостинг	631	31 1	780
15. Списана місячна сума витрат, пов'язаних з відкриттям сайта ($1\ 000 : 4 = 250$)	23(28)	39	250
16. Нарахована амортизація НА (ПІК Інтернет-магазину): $20\ 000 : 5 : 12 = 333,3$	23	13 3	333, 3

Витрати на відкриття Web-сайта повинні приєднуватися до вартості цього сайта, врахованої як НА. Ці витрати потрібно розглядати як витрати на підготовку і освоєння виробництва, і врахувати на рахунок 39 "Витрати майбутніх періодів", списуючи їх рівномірно щомісяця, протягом терміну, який підприємство – його власник – вважає достатнім для "розкручування".

Реклама з просування сайта в мережі Інтернет лише непрямо пов'язана з рекламою товарів, представлених на цьому сайті. Тому витрати на таку рекламу

бухгалтер може з повним на те правом віднести на збільшення первісної вартості товарів, що цілком відповідає останньому абзацу п. 9 П(с)БО 9 "Запаси", де сказано, що в первісну вартість товарів включаються всі витрати на їх придбання і доведення до стану, придатного для використання в запланованих цілях. На думку автора, витрати на розміщення товарів у магазині є саме такими витратами, як і розміщення інформації про товари у віртуальному магазині.

Тут виходимо з умови, що для "розкручування" сайту потрібно 4 місяці.

Таким чином, як показує досвід промислово розвинених країн, де електронний бізнес вже набрав широких масштабів і робота в мережі добре налагоджена, використання Інтернету з метою просування приносить колосальний ефект. Інтернет дає можливість шляхом правильної організації системи просування притягнути покупців в он-лайн і звичайні магазини і, тим самим, збільшити об'єм продажів, підвищити імідж торгівельної марки.

Наук. керівн. Шушлякова О. В.

Література: 1. Тлумачний словник економіста / за ред. проф. С. М. Гончарова. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 264 с. 2. Анопій В. В. Соціальна функція торгівлі / Анопій В. В. // Економіка і прогнозування. – 2007. – № 4. – С. 93–103. 3. Дубинский И. Перспективы использования Интернет-технологий в продвижении брендов [Электронный ресурс] / И. Дубинский. – Режим доступа : <http://www.inmind.com.ua/press/publications/111/>. 4. Евдокимов Ф. И. Азбука маркетинга / Ф. И. Евдокимов, В. М. Гавва. – М. : ИКФ "Сталкер", 2006. – 420 с.