

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОБЛІКУ ТОРГІВЛІ ЧЕРЕЗ МЕРЕЖУ ІНТЕРНЕТ

Анотація. Висвітлено основні аспекти ведення торгівлі через мережу Інтернет, досліджено особливості створення та функціонування Інтернет-магазинів, а також особливості бухгалтерського обліку та оподаткування в Інтернет-торгівлі. Визначено фактори, що вплинули на розвиток організації та обліку торгівлі через мережу Інтернет.

Аннотация. Освещены основные аспекты ведения торговли через сеть Интернет, исследованы особенности создания и функционирования Интернет-магазинов, а также особенности бухгалтерского учета и налогообложения в Интернет-торговле. Определены факторы, которые повлияли на развитие организации и учета торговли через сеть Интернет.

Annotation. The paper highlights the main aspects of doing trade business over the Internet, the features of the establishment and operation of online stores, and peculiarities of accounting and taxation of Internet commerce. Factors that have influenced the development of the organization and accounting of trade via the Internet are identified.

Ключові слова: Інтернет-магазин, Інтернет-торгівля, дистанційна торгівля, бухгалтерський облік і оподаткування в торгівлі, безготівковий розрахунок, готівковий розрахунок.

Актуальність даної теми полягає в необхідності дослідження організації та методики ведення обліку операцій у сфері Інтернет-торгівлі, а саме дослідження обліку витрат на створення й функціонування Інтернет-магазинів, обліку розрахунків з покупцями.

Також вона зумовлена стрімким розширенням аудиторії українських користувачів мережі Інтернет як потенційних клієнтів електронних магазинів.

Метою дослідження є вивчення особливостей проведення операцій у сфері торгівлі через Інтернет та особливостей бухгалтерського обліку та оподаткування Інтернет-торгівлі.

На основі мети виділено завдання, яке полягає в дослідженні можливих етапів для їх успішного розвитку. Об'єктом дослідження є Інтернет-магазин, а предметом виступає аналіз та специфіка його розвитку в межах електронного бізнесу.

Серед науковців, які розробляли економічні підходи та методи інвестування в нові види діяльності, у тому числі й у сервісні мережі, доцільно згадати роботи Бабосюка А. Л., Віленського П. Л., Гойка А. Ф., Гриньової В. М., Ірисова А. Б. та інших, які зробили вагомий внесок у розвиток українських Інтернет-магазинів.

У сучасних умовах функціонування економіки розвиток інформаційних технологій та поширення мережі Інтернет сприяють активному розвитку такої форми дистанційної торгівлі, як електронна.

Електронна торгівля – вид дистанційної торгівлі товарами з використанням комп'ютерної та телекомунікаційної техніки.

Торгівлю через Інтернет-магазин можна класифікувати по-різному, залежно від різних факторів: як роздрібну, оскільки через Інтернет-магазин переважно здійснюють продаж товарів та надання торговельних послуг кінцевому споживачу;

як продаж товарів на замовлення та як дистанційну торгівлю, оскільки договір складається на відстані, а покупець робить попереднє замовлення у продавця; торгівля здійснюється поза торговельними або офісними приміщеннями, а вибір товару і його замовлення не збігаються у часі з передачею товару покупцеві (податкова) [1].

Інтернет-магазин – один із найперспективніших видів торгівлі в плані зниження накладних витрат і збільшення прибутку підприємства. Він є інтерактивним сайтом, на якому рекламуються товари та послуги, приймаються замовлення, пропонуються різні варіанти оплати замовлених товарів і послуг, включаючи і миттєву оплату "електронними" грошима.

Споживачеві, як і в будь-якому іншому магазині, надається гарантія на оплачені товари та послуги, а також є можливість оформити банківський кредит. Угоди можуть укладати як фізичні, так і юридичні особи. Такий магазин працює 24 години на добу, 365 днів на рік, без перерви на обід, без вихідних і святкових днів, не має обмежень на віртуальну площу і кількість розташовуваних на ній товарів. Доступ до віртуальних вітрин магазину в режимі реального часу одержує будь-який потенційний покупець, незалежно від того, де він у цей момент знаходиться [2].

Спеціального нормативного документа, який би повністю регламентував торгівлю через Інтернет-магазин, немає. Отже, Інтернет-торгівля регламентується тими самими документами, що й інші види торгівлі з урахуванням її особливостей.

Створення Інтернет-магазину на W W W -сервері відбувається в декілька етапів:

Перший крок – створення Web-сайта. Зробити це підприємство може різними способами: розробити самостійно, замовити розробку спеціалізованій організації, придбати готовий проект або орендувати сайт.

© Піскун О. О., 2013

Другий крок – розміщення сайту в Інтернеті. Підприємство, як правило, розміщує свій сайт на обладнанні провайдера.

Третій крок – затвердження і реєстрування доменного імені сайту. Порядок реєстрації залежить від вигляду імені [3].

Останній крок – забезпечення роботи зареєстрованого домену.

Web-сайт – це сукупність програмних та апаратних засобів з унікальною адресою в мережі Інтернет разом з інформаційними ресурсами, що перебувають у розпорядженні певного суб'єкта і забезпечують доступ юридичних та фізичних осіб до цих інформаційних ресурсів.

Відображення витрат на виготовлення Web-сайта в обліку підприємства капіталізується. Сума всіх витрат, понесених підприємством на створення Web-сайта, акумулюється на субрахунку 154 "Придбання (створення) нематеріальних активів", а потім при введенні експлуатацію списується на субрахунок 125 "Авторське право та суміжні з ним права".

Введення нематеріального активу в експлуатацію здійснюється на підставі Акта введення в господарський оборот об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів за формою НА-1, затвердженою Наказом № 732. Нарахування амортизації нематеріального активу здійснюється протягом строку корисного використання.

Щодо податкового обліку витрат на створення Web-сайта, то амортизація нематеріальних активів здійснюється на підставі пп. 145.1.1 Податкового кодексу України, із застосуванням методів, визначених у пп. 145.1.5 цього Кодексу, протягом строку не менше 2 років. Згідно з пп. 145.1 нарахування амортизації нематеріальних активів у цілях оподаткування здійснюється підприємством за методом, визначеним наказом про облікову політику з метою складання фінансової звітності, та може переглядатися в разі зміни очікуваного способу отримання економічних вигод від його використання. Амортизаційні відрахування здійснюються до досягнення залишкової вартості нематеріального активу, що дорівнює нульовому значенню [4].

Витрати на оплату послуг хостингу (оренда дискового простору), колокейшину (оренда сервера у провайдера), плата за домен (доменне ім'я не продається, а передається в тимчасове використання) у податковому обліку визнаються як витрати, пов'язані з підготовкою й організацією виробництва, а також продажем продукції, робіт і послуг. Суми ПДВ, сплачені (нараховані) у складі таких платежів, включаються до податкового кредиту за загальними правилами розділу V "Податок на додану вартість" Податкового кодексу України. У бухгалтерському обліку витрати на утримання Web-сайта підприємство списує на рахунок 93 "Витрати на збут".

Найпоширенішими розрахунками оплати при торгівлі через Інтернет-магазини є безготівковий та готівковий.

При безготівковому розрахунку після оформлення замовлення на доставку товару покупець отримує рахунок на оплату. Рахунок роздруковується покупцем прямо з сайту Інтернет-магазину чи після отримання на власну електронну адресу. Покупцю залишається оплатити рахунок, перерахувавши кошти за товар з власного банківського рахунку на банківський рахунок продавця. Здебільшого безготівковий розрахунок використовується при передоплаті замовленого товару [5].

Готівкою покупець розраховується в момент отримання товару від кур'єра-продавця у себе вдома (якщо покупець – фізична особа) чи в приміщенні офісу (для юридичних осіб), або в офісі продавця.

Окремо слід зазначити про види оплати, які для продавця є безготівковими, а для покупця – готівковими:

післяплата – застосовується при доставці товарів поштою. У момент отримання товару на поштовому відділенні покупець переадресує готівку для перерахування на банківський рахунок продавця; оплата сторонньому кур'єру – якщо покупець оплачує товари готівкою кур'єру, а кур'єр не є працівником продавця, останній може вносити отримані кошти не в касу продавця, а на його банківський рахунок.

Значно рідше при Інтернет-торгівлі застосовується оплата за допомогою банківської платіжної картки (БПК) та електронними грошима.

Електронні гроші для підприємства фактично є дебіторською заборгованістю компанії, що займається обслуговуванням електронних гаманців [6].

Облік торговельних операцій здійснюється в загальноствановленому порядку. При цьому дохід у бухгалтерському обліку відображається в момент передачі права власності на товар покупцеві. Це відбувається, як правило, у момент вручення товару покупцеві. Отже, до моменту вручення відправлення адресату право власності на нього належить продавцю, і він може заборонити його видачу, оформити повернення товару, переадресувати відправлення іншому замовнику, зменшити суму накладної плати, визначеної при оформленні відправлення, та ін. [7].

Специфіка такого виду продажу полягає ще і в тому, що інформація про дату вручення поштового відправлення замовнику надійде до продавця з деяким запізненням (на 4 – 6 день після вручення самого відправлення), а в обліку вона повинна бути відображена в тому періоді, в якому товар вручено (передано) покупцю.

Для обліку товарів, переданих підприємству поштового зв'язку для доставки замовникам, підприємству-продавцю доцільно відкрити окремий субрахунок у складі рахунка 28 "Товари" (наприклад, субрахунок 286 "Товари в дорозі") або ж використати з цієї метою субрахунок 283 "Товари на комісії". А при передачі товару кур'єру чи кур'єрській організації товар відображається на окремому субрахунку рахунку 281 "Товари на складі" [7].

Перспективи розвитку ринку Інтернет-магазинів, що спеціалізуються на продажі електроніки, дуже сприятливі. І криза не на заваді цьому процесові. Швидше навпаки – спустошення кишень середньостатистичного споживача, викликане кризою, примушує його шукати вигідніші пропозиції в ціновому еквіваленті. У першу чергу, головним конкурентом стандартних оффлайн-магазинів, власники яких повинні платити чималі суми за оренду офісних приміщень, стають Інтернет-магазини, що продають аналогічний товар за помірну ціну.

Збільшення рентабельності бізнесу з метою забезпечення подальшого розвитку сьогодні стає головним завданням власників при створенні Інтернет-магазинів електроніки, які прийшли в цей бізнес всерйоз і надовго, і планують отримувати з Інтернет-продажів стабільний прибуток.

Характерною особливістю віртуального магазину є прямиий маркетинг, створення електронного образу відвідування традиційного супермаркету, а за рахунок комп'ютерних технологій формується індивідуальний підхід до кожного клієнта-замовника, налагоджується підтримка постійних зв'язків. На відміну від звичайної форми торгівлі Інтернет-магазин здатний запропонувати більшу кількість товарів і послуг, забезпечувати споживачів насиченим обсягом інформаційної бази для прийняття рішення про покупку.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій та глобальної мережі Інтернет, виникнення електронних ринків і нових бізнес-моделей, зліт котирувань акцій Інтернет-компаній змушують повірити в незвичайні властивості електронних ринків.

Література: 1. Плескач В. Л. Технології електронного бізнесу : монографія / В. Л. Плескач. – К. : КНТЕУ, 2004. – 223 с. 2. Нападовська Л. В. Управлінський облік : монографія / Л. В. Нападовська. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2000. – 356 с. 3. Фоміна О. В. Інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень щодо продажу товарів / О. В. Фоміна // Вісник Чернівецького національного торговельно-економічного університету. – 2007. – № 2. – С. 122–130. 4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку "Нематеріальні активи" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>. 5. Про затвердження типових форм первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів : наказ № 732 Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish>. 6. Угоди в "павутинні" // Все для бухгалтера в торгівлі. – 2007. – № 47 (193). – С. 32–34. 7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід", затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. № 290 // Все про бухгалтерський облік. – 2005. – № 13. – С. 33–37.