

ГІЛЬОРМЕ

Тетяна Вікторівна
gillyorme@i.ua

УДК [620.92:338.45] (447)

ОБЛІКОВЕ-АНАЛІТИЧНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ФОРМИ
ТОРГІВЛІ СУБ'ЄКТІВ
ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ

ДОЦЕНКО

Наталія Іванівна
natadosenko94@gmail.comк.е.н., доцент, Дніпровський
національний університет
імені Олеся ГончараACCOUNTING AND ANALYTICAL
PROVISION OF ELECTRONIC COMMERCE
AT UKRAINIAN BUSINESS ENTITIESмагістрант, Дніпровський
національний університет
імені Олеся Гончара

Стаття присвячена особливостям обліково-аналітичного забезпечення електронної форми торгівлі українських суб'єктів господарювання. Розглянуто перспективи розвитку електронної комерції в Україні, особливості інтеграції e-commerce облікових операцій у комп'ютерну систему бухгалтерського обліку. Побудована організаційна модель взаємозв'язку електронної комерції і бухгалтерського обліку.

Статья посвящена особенностям учетно-аналитического обеспечения электронной формы торговли украинских субъектов хозяйствования. Рассмотрены перспективы развития электронной коммерции в Украине, особенности интеграции e-commerce учетных операций в компьютерную систему бухгалтерского учета. Построена организационная модель взаимосвязи электронной коммерции и бухгалтерского учета.

The paper addresses the peculiarities of accounting and analytical provision of electronic commerce at Ukrainian business entities. The work examines prospects of development of electronic commerce in Ukraine, the integration of accounting operations into the computerized accounting system of enterprises. An organizational model is developed to display the interrelation between electronic commerce and traditional accounting.

Ключові слова: електронна комерція, комп'ютерна система бухгалтерського обліку

Ключевые слова: электронная коммерция, компьютерная система бухгалтерского учета

Keywords: electronic commerce, computerized accounting system

ВСТУП

В умовах формування нової економіки роль інформаційних технологій та Інтернету, які є рушійною силою інновацій, економічного росту і соціальних перетворень, стає все більш істотною. Їх розвиток і використання в останні десятиліття ХХ ст. дозволило докорінно змінити технології ведення комерційних операцій шляхом широкого використання електронного обміну даними під час проведення таких операцій замість традиційного паперового документообігу, що стало поштовхом для розвитку такого явища як електронна комерція. Онлайн-торгівля є одним із найбільш динамічних ринків і входить в число тих сегментів економіки, які продовжують рости і розвиватися, незважаючи на кризові явища в країні. З огляду на дані тенденції нове значення також набуло питання формування ефективної системи обліково-інформаційного забезпечення управління торговими операціями в мережі Інтернет.

МЕТА РОБОТИ полягає у дослідженні особливостей обліково-аналітичного забезпечення електронної форми торгівлі українських суб'єктів господарювання.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних

видань, ресурси Internet. При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

В економічній літературі немає єдиної думки щодо сутності категорії «електронна комерція». Універсального визначення даного терміну не існує, тому що електронна комерція як економічна категорія ще знаходиться на етапі збору фактів і їх усвідомлення.

Відповідно до термінології, що використовується Організацією економічної співпраці і розвитку (ОЕСР), електронна комерція – це продаж або купівля товарів і послуг, що здійснюється за допомогою Інтернету, разом з товарами і послугами, які замовляються через Інтернет, а також сплата і кінцева поставка товарів або on-line, або off-line (поза мережею) [8].

Електронна комерція включає операції, які реалізуються через комп'ютерні мережі, такі як Інтернет, EDI (Система електронного обміну даними) та інтерактивні телефонні системи.

В Законі України «Про електронну комерцію» дається таке визначення: «електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням

інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру» [1].

О.А. Кобелев визначає під електронною комерцією підприємницьку діяльність зі здійснення комерційних операцій з використанням електронних систем обміну даними на основі інформаційних технологій здійснення комерційних операцій і управління виробничими процесами із застосуванням електронних засобів обміну даними [5].

На нашу думку, найбільш повним є визначення електронної комерції А.В. Юрасовим: сфера економіки, яка включає всі фінансові і торговельні транзакції, що здійснюються за допомогою комп'ютерних мереж, і бізнес-процеси, пов'язані з проведенням таких транзакцій [6].

Електронна комерція складається з електронного обміну інформацією, електронного руху капіталу, електронної торгівлі, електронних грошей, електронного маркетингу, електронного банкінгу та електронних страхових послуг.

Більшість науковців вважають, що на відміну від традиційної торгівлі, електронна комерція забезпечує економію витрат за рахунок швидкого виходу на ринок, можливості цілодобової роботи і миттєвого відгуку на запити споживачів, невисокої вартості маркетингових заходів, наявності повної інформації щодо конкретного товару (роботу, послугу) і персоналізації взаємодії з покупцем.

Електронний ринок України ще доволі слабкий в порівнянні з традиційними ринками, потенціал електронної комерції не повністю реалізований по таким причинам:

1) недостатній розвиток нормативної та законодавчої бази – проблема захисту прав інтелектуальної власності на товари, які реалізуються через електронну комерцію, а також договірні і фінансові

проблеми. Наслідком цього є недовіра з боку інвесторів, потенційних покупців, зниження темпів розвитку;

2) наявність проблем, що пов'язані з глобальною концепцією електронної комерції: невпевненість у реальному існуванні компанії-партнера в іншій частині світу і товарів та послуг, відмінності у традиціях та правилах ведення бізнесу в цих компаніях;

3) наявність загроз безпеки в електронній комерції, які можуть бути зведені до мінімуму за наявності ефективних і надійних механізмів, що гарантують конфіденційність, ідентифікацію й авторизацію;

4) необхідність універсальних стандартів взаємодії і сумісності мереж: всі учасники електронної комерції повинні мати можливість доступу до сайтів компаній незалежно від їх географічного розташування або особливостей мереж, що пов'язані з ними;

5) складність залучення нових учасників через відсутність досвідчених менеджерів з продаж, логістів, маркетологів, кваліфікованих спеціалістів обслуговування, внаслідок чого увага приділяється безпосередньо Інтернету (дизайну проекту), а не реальній торгівлі – бізнес втрачає потенційних покупців.

Незважаючи на вказані вище проблеми, ринок електронної торгівлі в Україні стрімко розвивається: у порівнянні з 2014 р. в 2016 р. кількість замовлень online зросла на 30 %, згідно з даними Prom.ua. У грошовому еквіваленті товарообіг виріс на 42-60%, а це приблизно 25,5 млрд грн.. 67% українських інтернет-користувачів відвідують сайти, які працюють в галузі e-commerce. Важливим фактором, який позитивно впливає на ріст аудиторії онлайн-покупців, є розповсюдження доступу до 3G, до послуг якого за 2016 р. підключилися більше 10 млн українців. За результатами 2016 р., Україна випередила всі інші європейські країни за темпами росту продажів в Інтернеті – для країни цей показник склав 35 % (рис. 1).

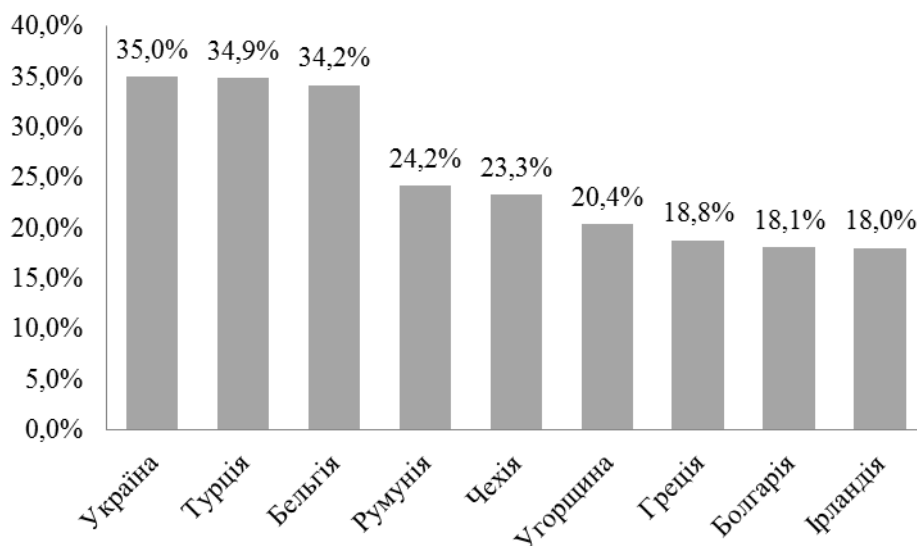


Рис. 1. Темпи росту продажів в Інтернеті в європейських країнах у 2016 р. [складено автором за [7]]

За даними групи компаній EVO (Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua), впродовж останніх місяців спостерігається постійне зростання попиту на товари українських

виробників, такі як одяг, особливо, для жінок і дітей. Головним чином, на це вплинуло зростання курсу долара, патріотизму і інфляція.

Список із Топ-10 найпопулярніших категорій товарів на цьому майданчику, відповідно до даних за перші 6 міс. 2016 р. (рис. 2).

Більшість покупців – молоді люди з вищою освітою, які проживають у містах. Більше половини

інтернет-покупців України – люди у віці від 14 до 34 років. Трохи більше 36 % з них – мешканці міст з населенням більше 500 000 осіб, 20,5% – проживають у сільській місцевості.



Рис. 2. Найпопулярніші категорії товарів на Prom.ua за I півріччя 2016 р., млрд грн. [складено автором за [7]]

Досягнення і підвищення ефективності електронної комерції можливе за наявності достатнього і впорядкованого обліково-інформаційного забезпечення, що дозволяє певним групам користувачів приймати обґрунтовані рішення.

З точки зору бухгалтерського обліку програмне забезпечення інтернет-магазину поєднується з комп'ютерною системою бухгалтерського обліку (КСБО) таким чином, що кореспонденція рахунків

формується автоматично, наприклад, під час відвантаження товару покупцю. У цьому випадку клієнт сам заповнює за допомогою комп'ютера бланки замовлень, а програма, в свою чергу, формує проведення з реалізації товарів і списання їх собівартості. При цьому функції бухгалтера виконує покупець, який взаємодіє з інтернет-магазином і, опосередковано, з КСБО підприємства (рис. 3).



Рис. 3. Модель взаємозв'язку електронної комерції і бухгалтерського обліку [складено автором за [4]]

Е-commerce операції, як і будь-які інші операції в бухгалтерському обліку, підтверджуються документально, зокрема, на їх підставі формуються електронні документи. Основні організаційно-правові засади електронного документообігу та використання електронних документів в Україні регулюються Законом «Про електронні документи та електронний документообіг». Відповідно до цього закону, електронним документом визнається документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити [2].

Створення електронного документу завершується накладанням електронного підпису. Правовий статус та відносини, пов'язані з його використанням, визначає Закон України «Про електронний підпис» [3].

ВИСНОВКИ

Ринок електронної торгівлі в Україні відносно новий і тому його потенціал ще не повністю реалізований. Основною перешкодою для розвитку електронної комерції є недовіра до інтернет-продавців та незахищеність від шахрайства та обману, що, в першу чергу, спричинено недостатньо розвиненою законодавчою базою з цього питання. Однак, перші кроки для вирішення цього питання були зроблені у 2015 році з прийняттям Закону України «Про електронну комерцію». На сьогодні в Україні спостерігається стрімкий розвиток е-commerce галузі і прогнози експертів на 2018 рік є доволі позитивними. Питання інтеграції е-commerce операцій у комп'ютерну систему бухгалтерського обліку є відкритим і потребує подальшого дослідження.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/ru/675-19>
2. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 № 851-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/851-15>
3. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 № 852-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/en/852-15>
4. Івахненко С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: Навч. посіб., 4-те вид., випр. – К.: Знання-Прес, 2008. – 320 с.
5. Кобелев О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие / под ред. проф. С.В. Пирогова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. – 684 с.
6. Юрасов, А.В. Основы электронной коммерции / А.В. Юрасов. – М.: Горячая линия. – Телеком, 2016. – 480 с.
7. Электронная коммерция в Украине 2016: цифры и факты [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://webexpert.com.ua/ecommerce-in-ukraine-2016>
8. ICT, E-BUSINESS AND SMEs [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/34228733.pdf> – Р. 9