

Міністерство освіти і науки України  
Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»

Навчально – науковий інститут економіки  
Фінансово-економічний факультет  
Кафедра міжнародних відносин і аудиту

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**  
кваліфікаційної роботи ступеню бакалавра  
(бакалавра, магістра)

студента Горбуновой Тетяни Миколаївни  
(ПІБ)

академічної групи 071-20з-1  
(шифр)

спеціальності 071 «Облік і оподаткування»  
(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Облік і аудит»  
(офіційна назва)

на тему: Облік і аудит торговельних операцій (на прикладі ПРАТ «ВФ  
УКРАЇНА»)

(назва за наказом ректора)

	Прізвище, ініціали	Оцінка	Підпис
Керівник роботи	Пашкевич М.С.		

Рецензент			
-----------	--	--	--

Нормоконтроль	Пашкевич М.С.		
---------------	---------------	--	--

Дніпро

2024

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

завідувач кафедри  
міжнародних відносин  
і аудиту

Пашкевич М.С.

\_\_\_\_\_ (підпис)

(прізвище, ініціали)

«\_\_» \_\_\_\_\_ року

**ЗАВДАННЯ**  
на кваліфікаційну роботу  
ступеню роботи ступеню **бакалавра**  
(бакалавра, магістра)

Студенту Горбунова Т.М. академічної групи 071-203-1

(прізвище та ініціали)

(шифр)

спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Облік і аудит»

(офіційна назва)

на тему:

Облік і аудит торгівельних операцій (на прикладі ПРАТ «ВФ УКРАЇНА»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від \_\_\_\_\_  
№ \_\_\_\_\_

Розділ	Зміст	Термін
1	ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРАТ «ВФ УКРАЇНА» В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	06.05.24 — 15.05.24
2	ОБЛІК ТОРГІВЕЛЬНИЙ ОПЕРАЦІЙ	16.05.24- 28.05.24
3	АУДИТ ТОРГІВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ	29.05.24- 30.06.24

Завдання видано

\_\_\_\_\_ (підпис керівника)

Пашкевич М.С.

(прізвище, ініціали)

Дата видачі 06.05.2024 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії 01.07.24 р.

Прийнято до виконання

\_\_\_\_\_ (підпис)

Горбунова Т.М.

(прізвище, ініціали)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 53 стр., 16 рис., 17 табл., 1 додаток, 23 джерела.

ТОРГІВЛЯ, ТОВАРИ, ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ, РОЗДРІБ, ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, ІНВЕНТАРНІ РЕЗНИЦІ, ПЕРЕСОРТИЦЯ, СКЛАД, ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ, АУДИТ.

Предмет дослідження - проблеми обліку і аудиту торгівельних операцій.

Об'єкт розроблення – торгівельна діяльність ПРАТ «ВФ УКРАЇНА», основним видом діяльності якого діяльність у сфері безпроводового електрозв'язку.

Мета роботи – удосконалення організації та методики обліку і аудиту торгівельних операцій.

Описані процеси та методи електронної торгівлі на підприємстві, включаючи використання інтернет-платформ, електронних платежів та доставку товарів. Розглянуті процедури та методи обліку товарів, що надходять на склад підприємства, включаючи прийомку, зберігання та облік залишків. Проаналізовано специфіку обліку торгівельних операцій, які здійснюються через інтернет-платформи, включаючи облік замовлень, платежів та доставку. Розглянуті ключові питання та методики проведення аудиту торговельних операцій, включаючи перевірку фінансових операцій, внутрішнього контролю та виявлення ризиків. Представлені результати аудиторської перевірки, включаючи виявлені недоліки, порушення та рекомендації для їх виправлення. Запропоновані практичні заходи та рекомендації щодо покращення систем обліку та аудиту торговельних операцій на підприємстві.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці рекомендацій, що спрямовані на вдосконалення бухгалтерського обліку, аналізу та торгівельних операцій, які сприятиме підвищенню ефективності прийняття управлінських рішень.

## ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРАТ «ВФ УКРАЇНА» В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	8
1.1. Характеристика діяльності ПРАТ «ВФ УКРАЇНА»	8
1.2. SWOT-аналіз ПРАТ «ВФ УКРАЇНА»	11
1.3. Основні положення облікової політики ПРАТ «ВФ Україна»	14
Висновки до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2 ОБЛІК ТОРГІВЕЛЬНИЙ ОПЕРАЦІЙ	20
2.1. Електронна торгівля	20
2.2 Облік надходження товарів	24
2.3 Облік інтернет-торгівлі	27
Висновки до розділу 2	33
РОЗДІЛ 3 АУДИТ ТОРГІВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ	34
3.1. Основні аспекти аудиту в торгівлі	34
3.2. Результати аудиторської перевірки ПРАТ «ВФ Україна»	38
3.3 Удосконалення обліку і аудиту торгівельних операцій	42
Висновки до розділу 3	45
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	50
ДОДАТКИ	52

## ВСТУП

Тема обліку і аудиту торгівельних операцій підприємства, основним видом діяльності якого є безпроводовий електров'язок, залишається актуальною у сучасному світі з кожним днем. Зростання технологій та популярність безпроводового зв'язку призводять до того, що підприємства в цій сфері постійно залучаються до ведення торгівельних операцій на ринку, який характеризується високою конкуренцією та швидкими змінами.

Облік торгівельних операцій важливий для забезпечення точності фінансової звітності підприємства. Враховуючи специфіку безпроводової телекомунікаційної галузі, де інвестиції у дослідження та розробки є значними, а також складні угоди щодо ліцензування технологій та співпраці з іншими компаніями, точний облік торгівельних операцій допомагає в управлінні ризиками та прийнятті стратегічних рішень.

Щодо аудиту, він є необхідним для перевірки відповідності фінансової звітності стандартам та законодавству. Для підприємств у сфері безпроводового електров'язку, які часто мають складні структури власності, глобальний присутній ринок та великий обсяг технологічних інвестицій, аудиторська перевірка допомагає виявити можливі ризики та недоліки в управлінні, що дозволяє покращити фінансове управління та збільшити довіру від зацікавлених сторін.

Отже, тема обліку і аудиту торгівельних операцій для підприємств у сфері безпроводового електров'язку залишається дуже актуальною, оскільки вона допомагає забезпечити ефективне фінансове управління та зміцнити позиції на ринку.

Проблемами обліку і аудиту торгівельних операцій присвятили свої праці багато вітчизняних та закордонних вчених. В тому числі: Макаренко А.П., Оренчак А.А. які займалися удосконаленням обліку та аудиту операційних доходів на підприємствах оптової торгівлі [1], Любимов М.О., Кулик В.А., вивчали можливості, загрози та перспективи використання «хмарних» технологій у бухгалтерському обліку [2], Верзілова Г. Р. досліджувала облікову

інтерпретацію витрат на маркетингову діяльність торговельного підприємства [3], Лобунець А. Р. – дослідження обліку і оподаткування підприємств електронної торгівлі [4], Спіцина Н.В., Кравцова С. В. вивчали внутрішній аудит: підходи до визначення, відмінності від зовнішнього аудиту. Однак, враховуючи актуальність теми дослідження, можна відмітити, що питання удосконалення обліку і аудиту торговельної діяльності все ще не достатньо досліджені в сучасних наукових джерелах.

Метою дипломної роботи є удосконалення організації та методики обліку і аудиту торговельних операцій.

Згідно зі сформульованою метою, основні завдання дослідження включають:

- Описати процеси та методи електронної торгівлі на підприємстві.
- Розглянути процедури та методи обліку товарів, що надходять на склад підприємства, включаючи прийомку, зберігання та облік залишків.
- Проаналізувати специфіку обліку торговельних операцій, які здійснюються через інтернет-платформи, включаючи облік замовлень, платежів та доставку.
- Розглянути ключові питання та методики проведення аудиту торговельних операцій, включаючи перевірку фінансових операцій, внутрішнього контролю та виявлення ризиків.
- Запропонувати практичні заходи та рекомендації щодо покращення систем обліку та аудиту торговельних операцій на підприємстві.

Предмет дослідження - проблеми обліку і аудиту торговельних операцій.

Об'єкт розроблення – торговельна діяльність ПРАТ «ВФ УКРАЇНА», основним видом діяльності якого діяльність у сфері безпроводового електрозв'язку.

Для забезпечення досягнення поставленої мети кваліфікаційної роботи використовувалися такі методи дослідження: теоретичного узагальнення, дедукції та індукції, аналогії, аналізу і синтезу.

Практична значимість кваліфікаційної роботи полягає в тому, що отримані висновки спрямовані на удосконалення системи обліку та аудиту торговельних операцій відповідно до сучасних умов господарювання. Надані пропозиції з удосконалення обліку і аудиту власного капіталу можуть знайти своє практичне застосування на ПРАТ «ВФ УКРАЇНА».

## РОЗДІЛ 1

### ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРАТ «ВФ УКРАЇНА» В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

#### 1.1. Характеристика діяльності ПРАТ «ВФ УКРАЇНА»

Vodafone Україна – провідна українська телеком компанія, що надає послуги швидкісного інтернету 3G і 4G, фіксованого зв'язку та інтернету. Інвестиції Vodafone у період активного будівництва мереж швидкісного в 2015 - 3 кв. 2022 року перевищили 34 млрд грн.

Рекордні інвестиції дозволили забезпечити технологічне лідерство й розвивати нові технологічні послуги - Інтернет речей (IoT), технології та рішення для Smart City, аналітика великих даних, фінтех послуги, хмарні сервіси. В Україні послугами Vodafone користуються 15,8 млн клієнтів. 3 грудня 2019 року Vodafone Україна входить до складу NEQSOL Holding [6].

Основні відомості про ПРАТ «ВФ УКРАЇНА» наведені у Табл.1.1:

Таблиця 1.1

#### Основні відомості про ПРАТ «ВФ УКРАЇНА»

Показник	Відомості
Повне найменування юридичної особи	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО ВФ УКРАЇНА
Назва англійською	PRIVATE JOINT STOCK COMPANY VF UKRAINE (PRJSC VF UKRAINE)
Код ЄДРПОУ	14333937
Дата реєстрації	18.10.2004
Уповноважені особи	Устинова Ольга Володимирівна
Розмір статутного капіталу	7 832 972,37 грн.
Система оподаткування	загальна



Платник ПДВ	№ 143339326658
Адреса	01601, Україна, місто Київ, вулиця Лейпцизька, будинок, 15
Кінцевий бенефіціарний власник	Хасанов Насіб, Азербайджан
Найменування банку (філії, відділення банку), який обслуговує емітента за поточним рахунком у національній валюті	Публічне акціонерне товариство «Райффайзен Банк Аваль»
Середня кількість працівників	2995

Компанія зареєстрована в реєстрі «Великих платників податків» в Центральному міжрегіональному управлінні ДПС по роботі з великими платниками податків. Види діяльності підприємства показані на Рис.1.1:

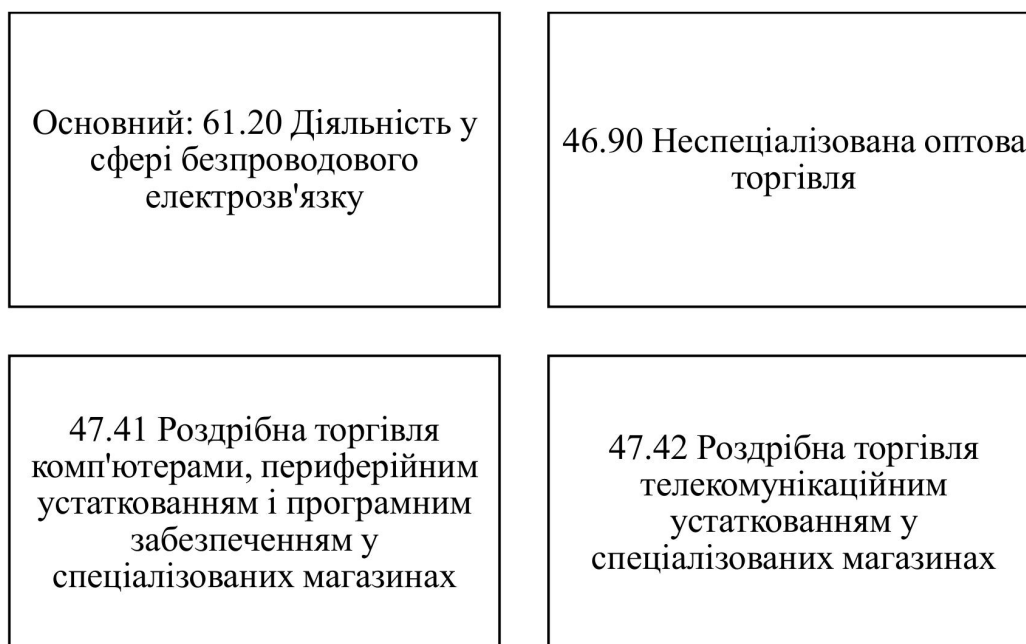


Рис. 1.1. Види діяльності ПРАТ «ВФ УКРАЇНА»

У організації ПРАТ «ВФ Україна» зареєстровано 9 торгових марок, та 512 ліцензій, в т.ч. (Рис.1.2):

- Ліцензія на надання послуг телефонного зв'язку (крім відомчих об'єктів) місцевого з правом створення власної мережі ємністю понад 1000 (однієї тисячі) абонентських номерів на всій території України. № 000812, дата видачі 27.06.2017 р., термін дії по 01.07.2024 р.

- Ліцензія на надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку на всій території України відповідно Ліцензійних умов. № 000810, дата видачі 27.06.2017 р., термін дії по 27.09.2026 р.

- Ліцензія на надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку на всій території України. № 000813, дата видачі 27.06.2017 р., термін дії по 04.02.2030 р.



Рис. 1.2. Сертифікат ISO 9001:2015 [7]

Щодо виплати дивідендів ПРАТ «ВФ УКРАЇНА». Відповідно до законодавства України, дивіденди розраховуються з прибутку після сплати податків (чистий прибуток) звітного року та/або нерозподіленого прибутку, розрахованого на підставі фінансової звітності. Рекомендований розмір виплат дивідендів визначається Наглядовою радою на основі рекомендацій Управляючого комітету.

Визначаючи рекомендований розмір виплат дивідендів, Наглядова рада враховує розмір прибутку, представленого в аудитованій консолідованій фінансовій звітності, складеній у відповідності до Міжнародних стандартів фінансової звітності, а також керується наступним:

- впровадженням стратегічного розвитку;
- виконанням інвестиційних програм;
- заборгованістю, що забезпечує необхідні показники платоспроможності;
- інвестиційними можливостями для розширення бізнесу.

Цільовий рівень виплат дивідендів має становити 50% чистого річного прибутку Товариства відповідно до аудитованої консолідованої фінансової звітності у 2021 – 2024 фінансових роках [8].

## **1.2 SWOT-аналіз ПРАТ «ВФ УКРАЇНА»**

SWOT-аналіз - це інструмент стратегічного аналізу, який допомагає підприємствам оцінити їхні внутрішні та зовнішні фактори, а також визначити стратегічні напрямки розвитку. Аббревіатура SWOT відображає чотири аспекти, які аналізуються:

- Сильні сторони (Strengths) - це внутрішні позитивні аспекти або переваги підприємства, які допомагають йому досягати своїх цілей та конкурувати на ринку.

- Слабкі сторони (Weaknesses) - це також внутрішні аспекти, але негативні, які можуть утруднювати досягнення мети або ставити підприємство в не вигідне положення в порівнянні з конкурентами.

Можливості (Opportunities) - це зовнішні фактори або обставини, які можуть створити потенційно вигідні умови або перспективи для розвитку підприємства.

Загрози (Threats) - це також зовнішні фактори, але негативні, які можуть завдати шкоди або створити перешкоди для успішного функціонування підприємства.

SWOT-аналіз допомагає підприємствам у формулюванні стратегій розвитку, враховуючи їхні внутрішні можливості та обмеження, а також зовнішні тенденції та загрози з ринкового середовища. Цей інструмент може бути використаний для прийняття рішень щодо напрямків розвитку бізнесу, виявлення конкурентних переваг та зменшення ризиків. Він допомагає підприємствам краще розуміти їхні позиції на ринку та виявляти потенційні можливості для покращення.

Зробимо в Табл.1.2 SWOT-аналіз ПРАТ «ВФ Україна», зосередившись на їхній діяльності в сфері безпроводового електрозв'язку:

Таблиця 1.2

### SWOT-аналіз ПРАТ «ВФ Україна»

<b>Сильні сторони (Strengths)</b>	<b>Слабкі сторони (Weaknesses)</b>
<p data-bbox="341 1301 639 1341"><i>Технологічний лідер</i></p> <p data-bbox="196 1361 783 1585">ПРАТ «ВФ Україна» має перевагу в технологічному аспекті у виробництві та розробці безпроводового електрозв'язку.</p> <p data-bbox="256 1606 724 1646"><i>Широка мережа дистриб'юції</i></p> <p data-bbox="196 1666 783 1890">Розвинута мережа дистриб'юції дозволить ефективно доставляти свої продукти до клієнтів у різних регіонах.</p> <p data-bbox="379 1910 603 1951"><i>Сильний бренд</i></p>	<p data-bbox="828 1301 1378 1402"><i>Високі витрати на дослідження та розробку</i></p> <p data-bbox="809 1422 1399 1704">У сфері безпроводового електрозв'язку великі витрати на дослідження та розробку нових технологій, що може бути фінансово вимогливим.</p> <p data-bbox="869 1724 1337 1825"><i>Залежність від регулятивного середовища</i></p> <p data-bbox="809 1845 1399 1951">Сфера безпроводового електрозв'язку часто піддана регулюванню з боку</p>

<p>ПРАТ «ВФ Україна» має сильний бренд у сфері безпроводового електрозв'язку, це сприяє відмінному сприйняттю їхніх продуктів на ринку.</p>	<p>уряду та органів, що може обмежити діяльність підприємства.</p> <p style="text-align: center;"><i>Конкуренція</i></p> <p>Ринок безпроводового електрозв'язку вкрай конкурентним, що може ускладнити збільшення частки ринку для ПРАТ «ВФ Україна».</p>
<p style="text-align: center;"><b>Можливості (Opportunities)</b></p> <p style="text-align: center;"><i>Зростання попиту на безпроводові технології</i></p> <p>З поглибленням цифрової трансформації та зростанням використання мобільних пристроїв збільшується попит на продукцію безпроводового електрозв'язку.</p> <p style="text-align: center;"><i>Розвиток нових технологій</i></p> <p>Поява нових технологій, таких як 5G, може створити нові можливості для розвитку продуктів та послуг ПРАТ «ВФ Україна».</p> <p style="text-align: center;"><i>Партнерство та злиття</i></p> <p>Можливість укладення стратегічних партнерств або проведення злиття з іншими компаніями може допомогти у розширенні ринкових можливостей.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Загрози (Threats)</b></p> <p style="text-align: center;"><i>Конкуренція</i></p> <p>Наявність сильних конкурентів у галузі безпроводового електрозв'язку ускладнює розширення діяльності ПРАТ «ВФ Україна».</p> <p style="text-align: center;"><i>Зміни у регуляторному середовищі</i></p> <p>Зміни у законодавстві або регулятивному середовищі мають негативний вплив на діяльність підприємства.</p> <p style="text-align: center;"><i>Технологічні загрози</i></p> <p>Швидкий темп технологічних змін може призвести до того, що існуючі продукти та послуги ПРАТ «ВФ Україна» стануть застарілими або менш конкурентоспроможними.</p>

Таким чином, SWOT-аналіз може бути корисним інструментом для розуміння сильних сторін та можливостей, які можна максимально використати, а також слабких сторін та загроз, які необхідно врахувати та управляти для успішного розвитку підприємства.

### **1.3 Основні положення облікової політики ПРАТ «ВФ Україна»**

Нематеріальні активи ПРАТ «ВФ Україна» відображаються за первісною вартістю за вирахуванням накопиченої амортизації та втрат від зменшення корисності. Первісна вартість придбаного нематеріального активу складається з ціни (вартості) придбання, мита, непрямих податків, що не підлягають відшкодуванню, та інших витрат, безпосередньо пов'язаних з його придбанням та доведенням до стану, у якому він придатний для використання за призначенням. Первісна вартість нематеріальних активів збільшується на суму витрат, пов'язаних із удосконаленням цих нематеріальних активів і підвищенням їх можливостей та терміну використання, які сприятимуть збільшенню первісно очікуваних майбутніх економічних вигод. Витрати, що здійснюються для підтримання об'єкта в придатному для використання стані та одержання первісно визначеного розміру майбутніх економічних вигод від його використання, включено до складу витрат звітного періоду.

Основні засоби ПРАТ «ВФ Україна» відображені за первісною вартістю за вирахуванням накопиченого зносу та витрат від зменшення корисності. Первісна вартість основних засобів включає ціну придбання, непрямі податки, які пов'язані з придбанням основних засобів і не підлягають відшкодуванню, витрати на установку і налагодження основних засобів, а також інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням основних засобів до стану, у якому вони придатні до використання із запланованою метою. Амортизація нараховується прямолінійним методом, виходячи з наступних термінів корисного використання. Доходи чи витрати від вибуття основних засобів визначаються шляхом порівняння надходжень від реалізації та залишкової вартості і включаються до складу інших прибутків або збитків від звичайної діяльності. При вибутті переоцінених активів суми переоцінки, включені в інший додатковий капітал, переносяться до складу нерозподіленого прибутку. Витрати на відновлення будівель Компанії капіталізуються в міру їх виникнення і вважаються незавершеним будівництвом до моменту завершення будівництва.

Гроші та їх еквіваленти включають (Рис.1.3):



Рис. 1.3. Склад грошових коштів та їх еквівалентів «ВФ Україна»

Доходи визнаються за методом нарахування на момент фактичного надання послуг чи передачі товарів, незалежно від моменту виникнення пов'язаного з ними руху грошових коштів. Компанія використовує декілька джерел отримання доходів (Рис.1.4):

виручка від обслуговування абонентів

- щомісячна та річна плата за тарифні пакети
- плата за ефірний час
- вартість додаткових послуг
- плата за роумінг, яким користуються абоненти "ВФ Україна"

плата за роумінг від інших операторів бездротового зв'язку за використання мережі "ВФ Україна" абонентами інших мереж

платежі інших телекомунікаційних компаній за доступ до мережі Компанії

платежі за підключення абонентів передплатеного зв'язку

реалізація обладнання

- продаж телефонних апаратів
- продаж аксесуарів
- продаж модемів та роутерів

Рис. 1.4. Джерела отримання доходів «ВФ Україна»

Компанія відображає дохід від отримання щомісячної та річної плати за тарифні пакети в тому місяці, в якому абоненту надаються послуги мобільного зв'язку. Плата за ефірний час включає вартість дзвінків, яка встановлюється в залежності від тривалості розмови, місцезнаходження абонента та виду послуг, що надаються. Вартість додаткових послуг розраховується на основі використаного часу або обсягу переданих даних у зв'язку з наданням додаткових послуг, таких як передача SMS-повідомлень, підключення до мережі Інтернет, послуги передачі даних.

«ВФ Україна» відображає дохід від наданого ефірного часу та додаткових послуг в тому періоді, в якому такі послуги надаються. Плата за роумінг нараховується на основі чинних тарифів Компанії та відображається як дохід від послуг роумінгу, що надаються Компанією абонентам «ВФ Україна».

«ВФ Україна» отримує по-хвилинну плату за роумінг від інших операторів бездротового зв'язку за використання мережі абонентами інших мереж. Доходи від роумінгу зменшуються на надані операторам знижки, якщо між компаніями існує відповідний двосторонній договір про надання знижок. У випадку, коли такі договори знаходяться на стадії підписання, знижки розраховуються із застосуванням ставок, вказаних в попередньо узгоджених сторонами, але не підписаних договорах.

Нараховані, але нереалізовані знижки відображаються в складі кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги у випадку, якщо знижки реалізуються через сплату грошовими коштами. В іншому випадку знижки враховуються як зменшення дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги. Доходи від отримання плати за доступ до мережі Компанії інших телекомунікаційних компаній нараховуються на основі чинних тарифів Компанії згідно відповідних двосторонніх договорів. «ВФ Україна» продає своїм абонентам пакети передплаченого зв'язку окремо від телефонних апаратів. Такі пакети дозволяють абонентам здійснювати дзвінки з мобільного телефону чи користуватися іншими додатковими послугами, які пропонуються Компанією, на суму визначеного авансу. В момент придбання абонентом пакету передплаченого



зв'язку Компанія надає новому абоненту право доступу до мережі. Дохід від надання абоненту передплаченого зв'язку такого права визнається в тому періоді, в якому стартовий пакет був активований абонентом. Компанія не утримує платню за підключення нових контрактних абонентів. «ВФ Україна» реалізує телефонні апарати, аксесуари до них, модеми та роутери як клієнтам, які заключають контракти про надання послуг, так і іншим особам. Компанія відображає дохід від реалізації телефонних апаратів та аксесуарів до них в момент передачі їх клієнту.

Основні витрати, які несе «ВФ Україна» у зв'язку з наданням послуг мобільного та фіксованого зв'язку, включають (Рис.1.5):

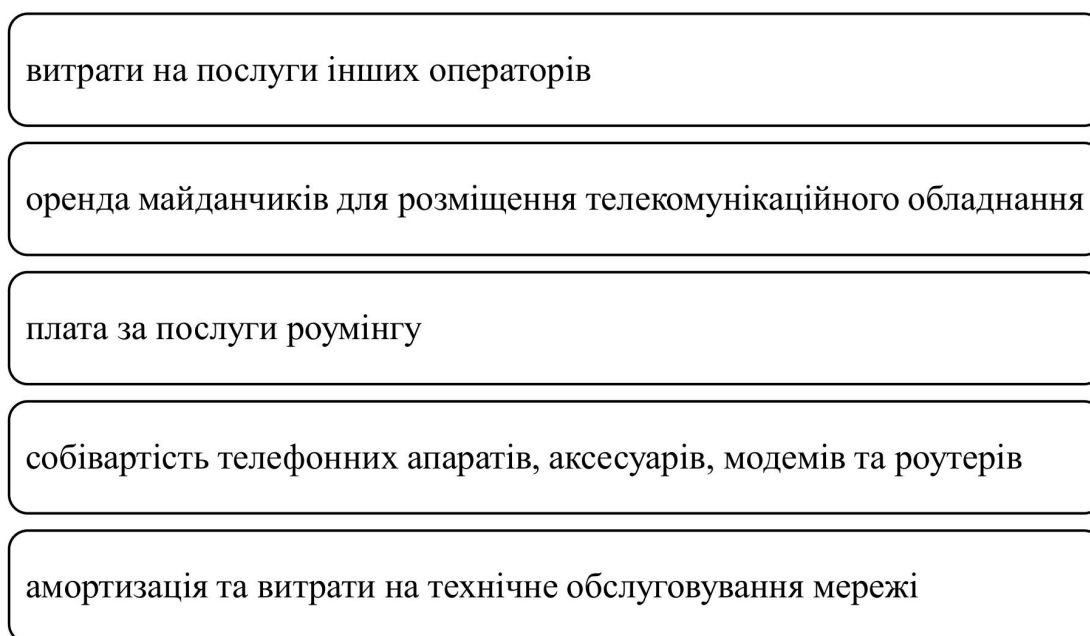


Рис. 1.5. Основні витрати «ВФ Україна»

За дзвінки абонентів, зроблених в зонах, які знаходяться за межами територій, що покриваються ліцензіями Компанії, «ВФ Україна» сплачує вартість послуг роумінгу операторам мобільного зв'язку відповідних регіонів. Плата за роумінг, яка перераховується іншим операторам, розраховується за тарифами цих операторів та відображається в операційних витратах Компанії. Витрати на роумінг зменшуються на надані операторами знижки, якщо між компаніями існує відповідний двосторонній договір про надання знижок. У випадку, коли такі

договори знаходяться на стадії підписання, знижки розраховуються із застосуванням ставок, вказаних в попередньо узгоджених сторонами, але не підписаних договорах. Нараховані, але не отримані знижки відображаються як дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги у випадку, якщо знижки будуть отримані грошовими коштами. В іншому випадку вони зменшують суму кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги. Вартість телефонних апаратів, аксесуарів, модемів та роутерів, проданих абонентам в роздрібних пунктах продажу чи в складі пакету послуг при підписанні контракту на обслуговування, відноситься на витрати в момент передачі обладнання клієнту. Витрати визнаються витратами певного періоду одночасно з визнанням доходу, для отримання якого вони були здійснені. Витрати, які неможливо прямо пов'язати з доходом певного періоду, відображаються у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені.

## Висновки до розділу 1

Дослідження особливості функціонування ПРАТ «ВФ УКРАЇНА» в сучасних умовах господарювання дозволило зробити наступні висновки:

1. Vodafone Україна – провідна українська телеком компанія, що надає послуги швидкісного інтернету 3G і 4G, фіксованого зв'язку та інтернету. Основним видом діяльності є діяльність у сфері безпроводового електрозв'язку. В Україні послугами Vodafone користуються 15,8 млн клієнтів. Компанія зареєстрована в реєстрі «Великих платників податків» в Центральному міжрегіональному управлінні ДПС по роботі з великими платниками податків. В компанії працює близько 3000 працівників.

2. ПРАТ «ВФ Україна» має суттєвий потенціал для успішного розвитку у сфері безпроводового електрозв'язку, особливо з урахуванням їхніх технологічних компетенцій та розгалуженої мережі дистриб'юції. Проте необхідно управляти слабкими сторонами та загрозами, шукати можливості для інновацій та розвитку, а також реагувати на зміни у регулятивному та технологічному середовищі.

3. Компанія відображає дохід від отримання щомісячної та річної плати за тарифні пакети в тому місяці, в якому абоненту надаються послуги мобільного зв'язку. Плата за ефірний час включає вартість дзвінків, яка встановлюється в залежності від тривалості розмови, місцезнаходження абонента та виду послуг, що надаються. Основні витрати, які несе «ВФ Україна» у зв'язку з наданням послуг мобільного та фіксованого зв'язку, включають витрати на послуги інших операторів, оренду майданчиків для розміщення телекомунікаційного обладнання, плату за послуги роумінгу, собівартість телефонних апаратів, аксесуарів, модемів та роутерів, амортизацію та витрати на технічне обслуговування мережі.

## РОЗДІЛ 2

### ОБЛІК ТОРГІВЕЛЬНИЙ ОПЕРАЦІЙ

#### 2.1 Електронна торгівля

Поява електронної торгівлі сприяла розвитку електроніки та сучасних телекомунікаційних засобів. Поняття електронної торгівлі має кілька офіційних визначень. Один із загальних підходів, які визначають офіційні документи, таких як Європейська комісія, Організація економічного співробітництва та розвитку, і Світова організація торгівлі (СОТ), полягає в тому, що електронна торгівля організовує процес купівлі-продажу товарів за допомогою електронних технологій [11].

У більш широкому розумінні, запропонованому Комісією ООН з міжнародного торгового права (UNCITRAL), електронна торгівля означає організацію купівлі-продажу товарів та послуг електронним способом через телекомунікаційні мережі та електронні фінансові інструменти [12].

У відміню від електронної комерції, електронна торгівля охоплює лише частину процесу товарно-грошового обміну, що стосується купівлі-продажу. Наприклад, електронна роздрібна торгівля. Щодо електронної оптової торгівлі, тут функціональний спектр набагато ширший. Загалом, електронна комерція є більш складним поняттям, аніж електронна торгівля, оскільки остання є лише частиною електронної комерції.

Електронна торгівля, на відміню від електронної комерції, охоплює не весь процес товарно-грошового обміну, а тільки ту його частину, яка безпосередньо пов'язана з купівлею-продажем. Таке твердження належить до електронної роздрібною торгівлі. Що стосується електронної оптової торгівлі, то діапазон функцій тут значно ширше. Але в цілому електронна комерція поняття складніше, ніж електронна торгівля. Остання є частиною електронної комерції. У вузькому розумінні під електронною торгівлею розуміється (Рис.2.1):

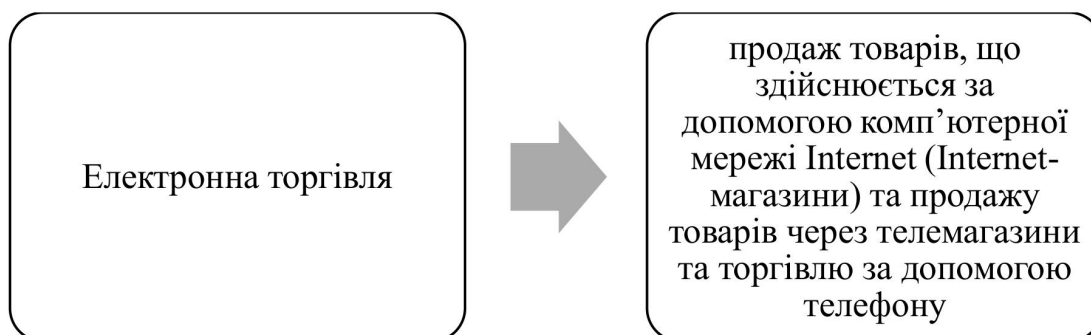


Рис.2.1. Поняття «електронна торгівля»

В залежності від формату електронної торгівлі, вказані функції можуть бути розширені або обмежені. Тому змістом своєї діяльності електронна торгівля суттєво відрізняється від традиційної роздрібною торгівлі. У неї є свої характеристики та особливості, серед яких можна визначити наступні основні риси (Рис.2.2):

#### Віртуальність

- Брак особистого контакту між фізичними особами суб'єктами процесу купівлі-продажу, тобто електронна роздрібна торгівля здійснюється в режимі on-line. Реально ж роздрібна торгівля здійснюється в режимі off-line, де безпосередній фізичний контакт обов'язковий.

#### Інтерактивність

- Адекватне інформаційне забезпечення покупця (споживача) його запиту у вигляді інтерфейсу, тобто німого діалогу.

#### Глобальність

- Брак часових, просторових, адміністративних, соціально-демографічних, асортиментно-товарних меж.

#### Динамічність

- Спроможність on-line торгівлі до моментальних змін і адаптації до нових умов. Ефективність – спроможність забезпечити прибуток, інші економічні вигоди, а також соціальний ефект.

Рис. 2.2. Особливості електронної торгівлі

Складено за [15]

Отже, електронну торгівлю відрізняють особливості та характерні риси, яких бракує у реальних традиційних формах торгівлі. Характерним для електронної торгівлі є те, що ця форма має значні переваги навіть перед прогресивними формами реальної (off-line) торгівлі.

Електронна торгівля включає в себе п'ять відносно-незалежних процесів (Рис.2.3):



Рис.2.3. Процеси електронної торгівлі

В даний час в Internet існує дуже велике число віртуальних магазинів, що пропонують широкий вибір самих різноманітних товарів, починаючи від мобільних телефонів і закінчуючи, автомобілями, в т.ч. Інтернет-магазин Vodafone.

Інтернет-магазин Vodafone - онлайн-площадка провідного мобільного оператора Vodafone Україна, який обслуговує понад 19 млн абонентів. Завдяки безпосередній співпраці зі світовими виробниками, інтернет-магазин пропонує клієнтам тільки сертифіковані товари: смартфони, гаджети, переносну електроніку, ноутбуки й телевізори, роутери та аксесуари. У магазинах також можна підключити будь-які послуги Vodafone та отримати кваліфіковану консультацію від експертів компанії. Інтернет-магазин і роздрібні магазини Vodafone об'єднані в найбільшу мультимедіальну ритейл мережу в Україні.

На Рис.2.4 наведено перелік основних товарів, які «ВФ Україна» реалізує через інтернет-магазин:



Рис. 2.4. Перелік основних товарів, які «ВФ Україна» реалізує через інтернет-магазин

Покупець, який має доступ до комп'ютерної мережі, може, не виходячи з будинку, ознайомитися з асортиментом Інтернет-магазину, вибрати за описами й фотографіями необхідні товари й відразу ж замовити їх. Замовлені товари доставляються покупцю кур'єром (як правило, на невеликі відстані) або поштою. Їх оплата здійснюється готівкою, переказом грошей на рахунок продавця, післяплатою (при доставці поштою) або за допомогою кредитних карток.

Іншими методом є використання телемагазинів. Телемагазин - це рекламна фірма, яка здійснює на замовлення виробника чи певного продавця товару рекламу та його продаж. У певний період часу в ефірі телеканалів транслюється програма у якій представлений широкий вибір товарів (більшість нових та невідомих для споживачів).

## 2.2 Облік надходження товарів

Облік надходження товарів є важливою частиною облікової системи підприємства оптової торгівлі. Його мета полягає в точному і систематичному реєструванні всіх товарів, які надходять на склад або від постачальників.

Основні кроки в обліку надходження товарів включають (Рис.2.5):

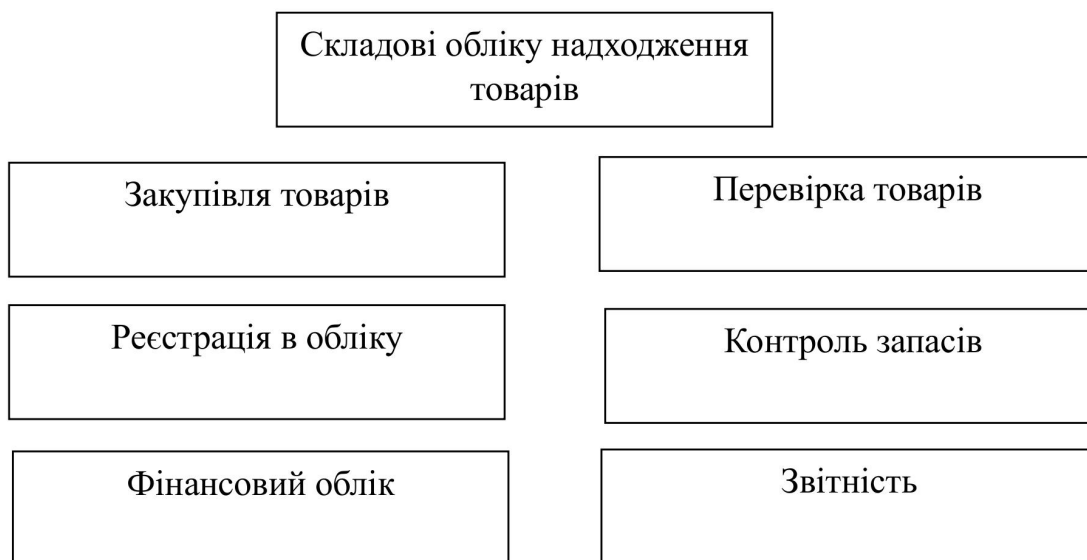


Рис. 2.5. Складові обліку надходження товарів

Закупівля товарів - придбання товарів від постачальників. Це може включати укладання договорів, оформлення замовлень та документацію, що підтверджує угоди про закупівлю. Порядок приймання товарів за кількістю і якістю регулюють Інструкція про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення і товарів народного споживання за кількістю [19] та Інструкція про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібною торгівлі [20].

Перевірка товарів - при отриманні товарів слід перевірити їх на відповідність замовленню, кількість, якість та упаковку. Це важливо для забезпечення належної якості товарів та уникнення спірних ситуацій.

Реєстрація в обліку - отримані товари повинні бути зареєстровані в системі обліку. Це може включати створення запису про надходження товарів,



включення необхідних даних, таких як дата, постачальник, кількість, ціна тощо [8].

Контроль запасів - облік надходження товарів пов'язаний з контролем запасів на складі. При реєстрації надходження товарів в системі обліку оновлюються залишки товарів на складі, що дозволяє вести ефективний контроль за запасами.

Фінансовий облік - надходження товарів також відображаються у фінансовому обліку. Це включає реєстрацію вартості товарів, відображення заборгованості постачальникам та інших фінансових аспектів пов'язаних з надходженням товарів.

Звітність - інформація про надходження товарів використовується для підготов і фінансової звітності, звіту про запаси, аналізу оборотності запасів та інших фінансових аналітичних звітів. Ця інформація надає керівництву підприємства інсайти щодо обсягів запасів, їх вартості та фінансових зобов'язань перед постачальниками.

Важливим аспектом обліку надходження товарів є точність та актуальність інформації. Регулярне оновлення облікових записів та перевірка їх відповідності фактичним надходженням допомагає уникнути помилок та забезпечує достовірність фінансової інформації.

До інструментів Інтернет-магазин Vodafone, що використовуються в обліку надходження товарів, відносяться (Рис.2.6):

<p style="text-align: center;"><b>Прибутковий ордер</b></p> <p>Це документ, який оформляється при отриманні товарів від постачальників. Він містить інформацію про товари, кількість, ціну та інші відомості.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Накладна</b></p> <p>Це документ, який підтверджує перевезення товарів до складу підприємства оптової торгівлі. Він містить інформацію про відправника, отримувача, кількість та опис товарів.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Картки обліку запасів</b></p> <p>Це картки, на яких ведеться облік кожного конкретного товару. Вони містять інформацію про прихід, видачу, залишок, вартість та інші дані, що стосуються цього товару.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Журнал реєстрації надходжень</b></p> <p>Це журнал, в якому реєструються всі надходження товарів. Він містить інформацію про дату, постачальника, кількість, вартість та інші деталі.</p>

Рис. 2.6. Документування надходження товарів

Бухгалтерські проведення з оприбуткування товарів подано в Табл. 2.1: Інтернет-магазин Vodafone придбав товари вартістю 10000 грн. без ПДВ, відповідно, ПДВ - 2000 грн.; транспортній організації сплачено за доставку товарів від постачальника 2500 грн. плюс ПДВ - 500 грн.

Таблиця 2.1

**Бухгалтерський облік надходження товарів у Інтернет-магазин  
Vodafone**

№ з/п	Зміст господарської операції	Дебет	Кредит	Сума, грн
1 подія – оприбуткування товарів				
1	Оприбутковано товари	28	631	10000
2	Відображено податковий кредит з ПДВ	641	631	2000
3	Відображено борг перед транспортною організацією	28	685	2500
4	Відображено податковий кредит з ПДВ за транспортування	641	685	500
5	Оплачено рахунок постачальника	631	311	12000
6	Оплачено рахунок транспортної компанії	685	311	3000
1 подія - оплата				
1	Здійснено переоплату за товари	371	311	12000
2	Відображено податковий кредит з ПДВ	641	644	2000
3	Оприбутковано товари	28	631	10000

4	Списано ПДВ	644	631	2000
5	Здійснено залік авансу	631	371	12000

Облік надходження товарів є важливим елемент в управлінні запасами підприємства оптової торгівлі. Детальний і точний облік надходження товарів допомагає встановити оптимальні рівні запасів, забезпечити належне управління запасами та запобігти недостачам або надмірним запасам.

## 2.2 Облік інтернет-торгівлі

Інтернет-торгівля за своєю суттю є різновидом дистанційної торгівлі та продажем товарів на замовленням, а отже, повинна регулюватися (Рис.2.7):

Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями

Закон України "Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг "

Закон України "Про захист прав споживачів"

Рис. 2.7. Нормативно-правове регулювання інтернет-торгівлі [14, 15, 16]

Зазвичай процес відвідування інтернет-магазину полягає в такому:

1. Покупець заходить на сайт інтернет-магазину.
2. Проходить реєстрацію.
3. Обирає потрібний йому товар і формує замовлення на нього – заповнює спеціальний бланк замовлення.

Завважимо, що форма бланка замовлення розробляється продавцем інтернет-магазину самостійно в довільній формі. Проте при цьому варто урахувати п. 2.4 Правил № 103 [14], згідно з яким бланк замовлення заповнюється покупцем в електронній формі, потім роздруковується у двох примірниках, один з яких передається покупцеві в момент вручення йому товару. Якщо покупець заздалегідь оплатив замовлення, у бланку робиться спеціальна позначка. У бланку замовлення повинні бути такі реквізити (Табл.2.2):

Таблиця 2.2

### Реквізити бланку інтернет-замовлення

№ з/п	Реквізит
1	Найменування суб'єкта господарювання
2	Назва товару та його ціна (за одиницю)
3	Кількість товарів
4	Вартість додаткових послуг (установка, налаштування))
5	Позначки про спосіб оплати (попередня, після отримання)
6	Дата, час виконання замовлення

Для підтвердження замовлення продавець після оформлення бланка замовлення, як правило, зв'язується з покупцем за телефоном та електронною поштою. Формуючи замовлення, продавець не має права змінювати асортимент товару і ціну на нього без погодження з покупцем. Виняток становлять випадки, коли договором (бланком замовлення) передбачена можливість заміни товару в разі його відсутності. При цьому така умова вважатиметься справедливою, якщо (п. 2.7 Правил № 103) [14]:

- інший товар відповідає меті використання замовленого товару;
- має таку саму або ж кращу якість;
- за ціною не дорожчий від замовленого товару.

Крім бланка замовлення покупцеві видаються такі супровідні документи на товар (п. 2.4- 2.6 Правил № 103) [14] (Рис.2.8):

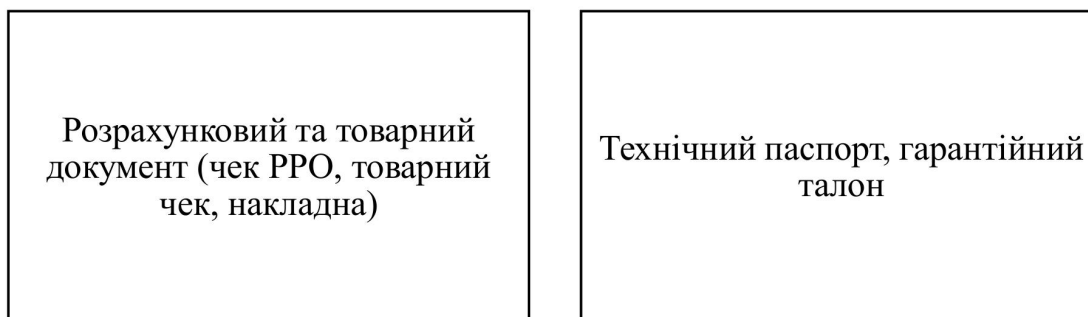


Рис. 2.8. Супроводні документи, яка надаються покупцю інтернет-магазину Vodafone

Отже, вид розрахункового документа залежить від способу оплати товару покупцем. Якщо оплата проводиться через РРО, видається фіскальний чек РРО; а якщо РРО не застосовується - тоді це може бути товарний чек, розрахункова квитанція, інший документ, що містить необхідні реквізити розрахункового документа, визначені в Положенні про форму та зміст розрахункових документів, затвердженому наказом ДПАУ від 01.12.2000 № 614 [17].

У разі продажу товарів, на які встановлено гарантію, видається технічний паспорт, гарантійний талон (інший документ), у якому робиться позначка про дату продажу (доставки), наводиться найменування суб'єкта господарювання, який виконав замовлення. Гарантійний талон засвідчується печаткою і підписом уповноваженої особи. Також у цьому випадку покупець повинен бути проінформований про найменування і місцезнаходження підприємства, яке здійснюватиме гарантійний ремонт і технічне обслуговування товару.

Отримання замовлення покупець підтверджує своїм підписом на другому примірнику бланка замовлення, який залишається у продавця, або на іншому товаросупровідному документі.

Інтернет-магазин Vodafone пропонує покупцям на вибір декілька способів розрахунків за товар (Рис.2.9):

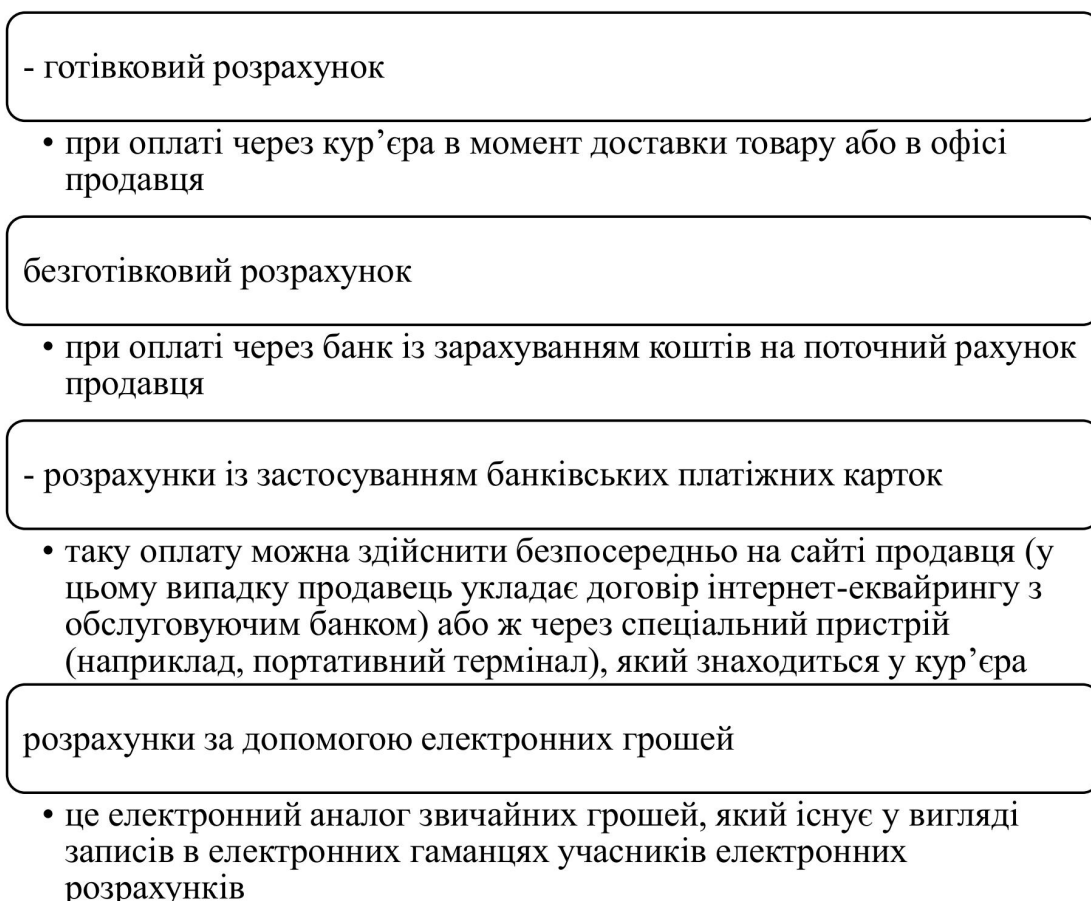


Рис. 2.9. Способи розрахунків за товар в Інтернет-магазині Vodafone

Розрахунковою операцією вважається прийняття від покупця готівкових коштів, платіжних карток, платіжних чеків, жетонів за місцем реалізації товару (ст. 2 Закону № 265) [18]. У цьому разі при розрахунках із покупцем готівкою або за допомогою платіжної картки продавцеві необхідно застосовувати РРО. А якщо розрахунки за товар відбуваються у покупця вдома, тоді кур'єру (уповноваженій особі продавця) потрібно буде провести готівкові розрахунки з покупцем через портативний РРО.

Бухгалтерські проведення інтернет торгівлі показані у Табл.2.3:

Таблиця 2.3

**Бухгалтерські проведення реалізації товарів через Інтернет-магазин  
Vodafone (кур'єрська доставка)**

№ з/п	Зміст операції	Дебет	Кредит
1	Оплата товару:		
	готівка	301	361
	безготівкові розрахунки	311	361
	банківські платіжні картки	331	361
	електронні гроші	335	361
2	Виконання замовлення		
	передача товару кур'єру, представнику кур'єрської служби	2822	281
	нарахування доходу від реалізації:	301, 311, 331, 335	702
	відображено податкове зобов'язання з ПДВ	702	641
	списано собівартість реалізованого товару	902	2822
	нарахування витрат, пов'язаних зі збутом товару	93	661, 651, 631, 372

Бухгалтерські проведення інтернет торгівлі через Нову пошту показані у Табл.2.4:

Таблиця 2.4

**Бухгалтерські проведення реалізації товарів через Інтернет-магазин  
Vodafone, пересилка Новою поштою**

№ з/п	Зміст операції	Дебет	Кредит

1	Передача товару для пересилання	2822	281
2	Під час пересилання поштою підтвердженням слугує документ, що підтверджує факт пересилання (наприклад, квитанція, чек і т. д.)	361	702
3	Отримання коштів (після пересилання товару та його отримання покупцем)	311	361
4	Відображено податкове зобов'язання з податку на додану вартість	702	641
5	Списано собівартість реалізованого товару	902	2822

Отже, розвиток електронної комерції має значний потенціал на внутрішніх ринках. Користуючись послугами підприємств, що працюють у сфері електронної комерції, споживачі мають можливість зекономити завдяки більш доступним цінам, порівнюючи їх для вибору найвигіднішої пропозиції. Для економії часу товар можна обирати не виходячи з дому, а також вибирати зручний спосіб оплати та доставки.



## Висновки до розділу 2

Дослідження обліку торгівельних операцій дозволило зробити наступні висновки:

1. Електронна торгівля впроваджує процес купівлі-продажу товарів за допомогою електронних технологій. Цей термін визначає організацію торгівлі товарами та послугами через електронні засоби, такі як телекомунікаційні мережі та електронні фінансові інструменти. Таким чином, електронна торгівля відрізняється від звичайної роздрібною торгівлі. У неї власні характеристики та особливості.

2. Інтернет-торгівля, зазвичай, є формою дистанційної торгівлі та продажем товарів за замовленням. Зазвичай, процес відвідування інтернет-магазину включає такі етапи: покупець відвідує веб-сайт інтернет-магазину; реєструється на сайті, якщо потрібно; вибирає необхідний товар і складає замовлення, заповнюючи спеціальну форму замовлення. Формат бланку замовлення може відрізнятися від продавця до продавця. Проте, для підтвердження замовлення, зазвичай, продавець контактує з покупцем за допомогою телефону, месендерів або електронної пошти. При оформленні замовлення продавець не може змінювати асортимент товару або його ціну без попередньої згоди покупця. Єдиним винятком є ситуація, коли договором (бланком замовлення) передбачено можливість заміни товару в разі його відсутності.

3. Розвиток електронної комерції має значний потенціал на внутрішніх ринках. Користуючись послугами підприємств, що працюють у сфері електронної комерції, споживачі мають можливість зекономити завдяки більш доступним цінам, порівнюючи їх для вибору найвигіднішої пропозиції. Для економії часу товар можна обирати не виходячи з дому, а також вибирати зручний спосіб оплати та доставки.

## РОЗДІЛ 3

### АУДИТ ТОРГІВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ

#### 3.1 Основні аспекти аудиту в торгівлі

Аудиторська перевірка діяльності торговельного підприємства здійснюється відповідно до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [21] та Міжнародних стандартів аудиту [22] та залежить від особливостей його діяльності (Рис. 3.1):

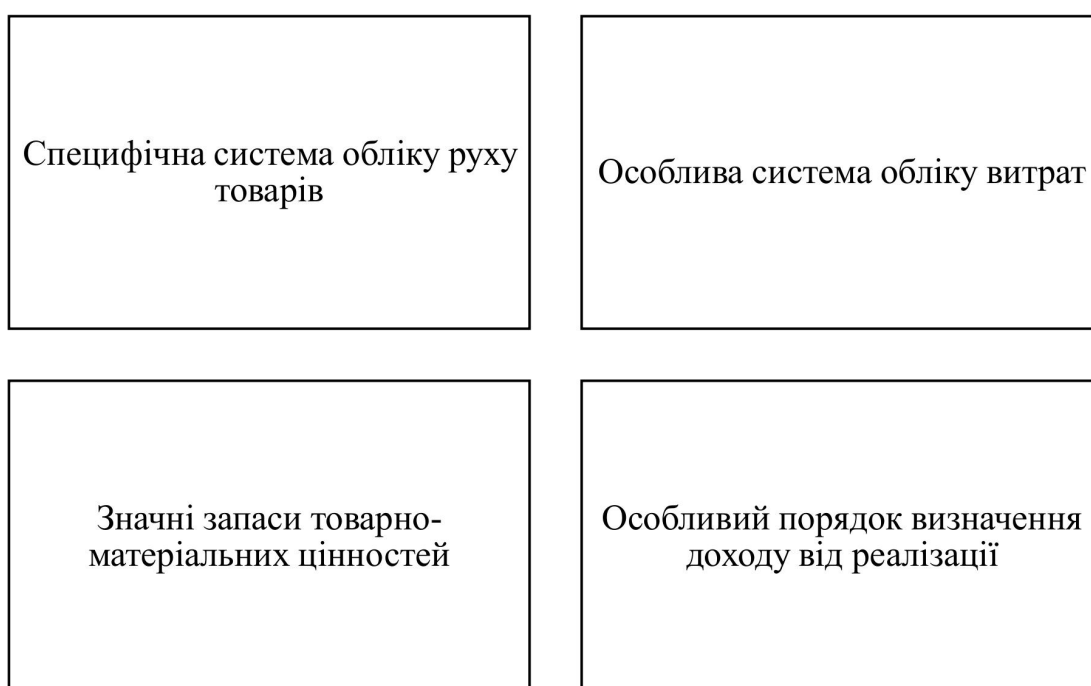


Рис. 3.1. Особливості діяльності торговельних підприємств

Метою аудиту діяльності торговельних підприємств є підтвердження достовірності звітності та встановлення відповідності господарських операцій діючій нормативно-правовій базі. Завданнями аудиту діяльності торговельних підприємств враховують особливості їх діяльності (Рис. 3.2).

Аудиторську перевірку діяльності підприємств у сфері торгівлі доцільно розпочинати з таких етапів:

I. Підготовчий етап, який включає в себе підготовку та планування аудиторської перевірки.

II. Основний етап, що передбачає проведення аудиту, збір та обробку інформації.

III. Заключний етап, на якому підготовляється звіт на основі отриманих результатів аудиту.

Перевірка правильності документального оформлення операцій з надходження матеріальних цінностей, своєчасності їх відображення в обліку

Перевірка відповідності оцінки товарів при придбанні, зберіганні та реалізації обраній обліковій політиці

Перевірка повноти і правильності відображення у бухгалтерському обліку розрахунків з покупцями та постачальниками

Перевірка правильності відображення доходів від реалізації і нарахованого податку на додану вартість

Перевірка відповідності ведення та документального оформлення касових операцій діючому законодавству

Рис. 3.2. Завдання аудиту діяльності торговельних підприємств, які враховують особливості їх діяльності [23]

На першому етапі проведення аудиторської перевірки визначається обсяг та тривалість перевірки. Аудитор перевіряє відповідність законодавству засновницьких документів підприємства, а також аналізує фінансово-господарську діяльність. Для цього він вивчає умови роботи та підбір персоналу для перевірки. На цьому етапі також дуже важливо отримати інформацію про специфіку та масштаби діяльності торговельного підприємства, його організаційно-правову форму та структуру, а також економічне та правове

середовище. Аудитор також досліджує діючі дозволи на право торгівлі, сертифікати та іншу дозвільну документацію.

Важливою частиною цього етапу є оцінка системи внутрішнього контролю, що є відповідальною для подальшого формування судження аудитора про торговельне підприємство. Під час оцінки аудитор здійснює такі процедури:

- оцінку оптимальності організаційної структури для обліку;
- перевірку наявності та функціональності системи бухгалтерського обліку і зберігання документів;
- аналіз процедур, необхідних для здійснення господарських операцій та контролю за їх здійсненням;
- оцінку відповідності системи внутрішнього контролю масштабам та характеру діяльності підприємства.

Для оцінки системи внутрішнього контролю аудитор аналізує різні документи, такі як накази про призначення осіб, відповідальних за збереження товарів, договори про матеріальну відповідальність, графік документообігу. Ці документи дозволяють аудитору зробити висновок про якість системи внутрішнього контролю.

Також на цьому етапі розробляється загальний план аудиту. Обсяг аудиту визначається при розробці плану, який залежить від масштабів торговельного підприємства, особливостей його діяльності, прийнятного рівня суттєвості та допустимого ризику. Планування аудиту передбачає розробку програми аудиту, яка враховує всі фактори, що потенційно впливають на аудиторську перевірку.

Враховуючи всі фактори, які можуть вплинути на аудиторську перевірку, основними з них є:

- Організаційна структура та система бухгалтерського обліку.
- Вид діяльності (оптова торгівля, роздрібна торгівля, оптова і роздрібна торгівля одночасно, наявність зовнішньоекономічної діяльності).
- Застосовувана система оподаткування.

- Інші фактори (середня кількість оброблюваних документів за місяць, кількість облікового персоналу, ступінь комп'ютеризації обліку, наявність контрольних процедур з отримання і створення документів).

Основний етап аудиту є найбільш важливим та трудомістким. Перед безпосередньою перевіркою важливо проаналізувати положення облікової політики та переконатися, що бухгалтерія дотримується її при веденні бухгалтерського обліку.

Під час аудиту діяльності торговельного підприємства можуть виявитися наступні помилки (Рис.3.3):

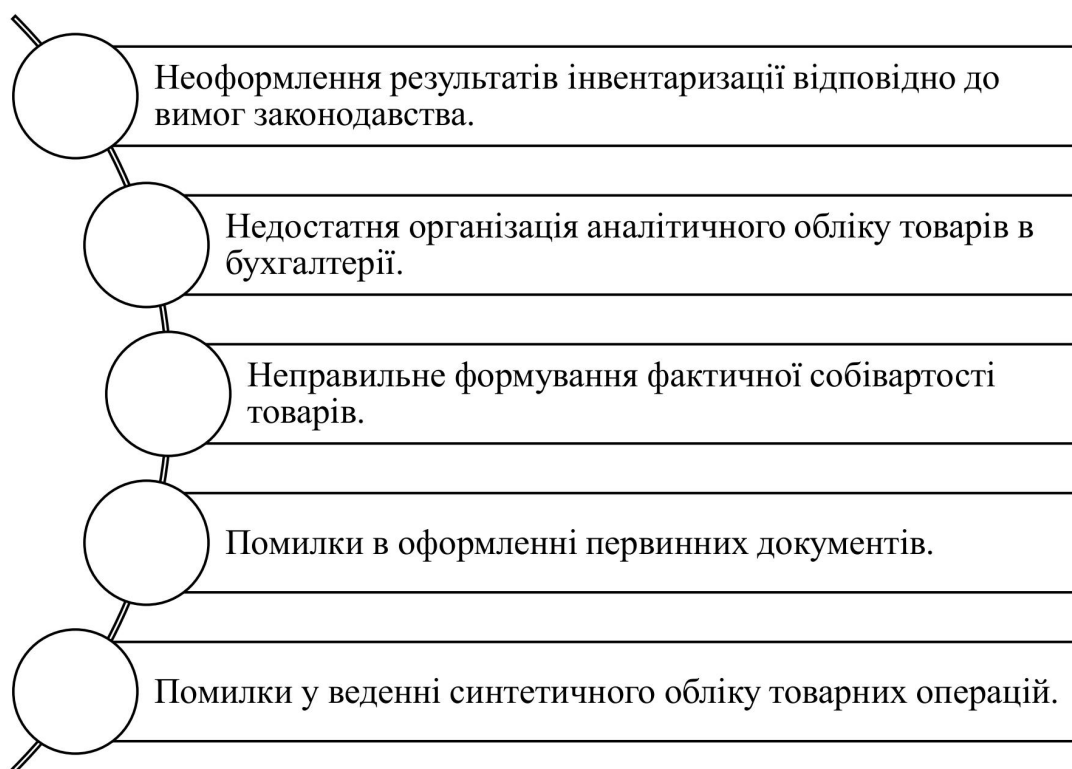


Рис.3.3. Помилки, виявлені в результаті аудиторської перевірки

На заключному етапі проводиться узагальнення аудиторських доказів порушень та помилок, їх вплив на податкові зобов'язання підприємства та достовірність фінансової звітності оцінюється. Результатом аудиту є аудиторський звіт, в якому розкриваються всі виявлені помилки, а також надаються рекомендації щодо їх виправлення.

### 3.2. Результати аудиторської перевірки «ВФ Україна»

Аудиторську перевірку компанії проводить Товариство з обмеженою відповідальністю Аудиторська фірма «ПрайсвотерхаусКуперс (Аудит)». За результатами перевірки у 2023 році було надано Звіт про аудит консолідованої фінансової звітності (Рис.3.4):



Рис. 3.4. Звіт про аудит консолідованої фінансової звітності

З 24 лютого 2022 року на діяльність Групи має значний вплив вторгнення Російської Федерації в Україну та воєнні дії, що тривають, і невизначеність подальшого розвитку подій, включаючи інтенсивність або тривалість цих дій. Ці події та умови разом з іншими питаннями, свідчать про існування суттєвої невизначеності, яка може викликати значні сумніви у спроможності Групи продовжувати подальшу безперервну діяльність.

Управлінський персонал несе відповідальність за складання і достовірне подання консолідованої фінансової звітності відповідно до МСФЗ та вимог

Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо фінансової звітності, а також за такий внутрішній контроль, який управлінський персонал визначає потрібним для того, щоб забезпечити складання консолідованої фінансової звітності, що не містить суттєвих викривлень внаслідок шахрайства або помилки. При складанні консолідованої фінансової звітності управлінський персонал несе відповідальність за оцінку здатності Групи продовжувати безперервну діяльність, за розкриття у відповідних випадках відомостей, що стосуються безперервної діяльності, та за складання звітності на основі припущення про подальшу безперервну діяльність, крім випадків, коли управлінський персонал має намір ліквідувати Групу або припинити її діяльність, або коли в нього відсутня жодна реальна альтернатива, крім ліквідації або припинення діяльності. Наглядова рада та Аудиторський комітет несуть відповідальність за нагляд за процесом підготовки фінансової звітності Групи.

Мета аудиту полягає в отриманні обґрунтованої впевненості у тому, що консолідована фінансова звітність у цілому не містить суттєвих викривлень внаслідок шахрайства або помилки, та у випуску аудиторського звіту, що містить нашу думку. Обґрунтована впевненість є високим рівнем впевненості, але не є гарантією того, що аудит, проведений відповідно до МСА, завжди виявляє суттєві викривлення за їх наявності. Викривлення можуть виникати внаслідок шахрайства або помилки і вважаються суттєвими, якщо можна обґрунтовано очікувати, що окремо чи в сукупності вони вплинуть на економічні рішення користувачів, які приймаються на основі цієї консолідованої фінансової звітності.

Консолідована фінансова звітність, яка підлягала перевірці, підготовлена відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), випущених Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (РМСБО) і відповідає, в усіх суттєвих аспектах, вимогам Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо складання фінансової звітності.

Консолідована фінансова звітність підготовлена на основі принципу історичної вартості, якщо не розкривається інша інформація. Історична вартість зазвичай визначається на основі справедливої вартості компенсації, сплаченої в обмін на товари та послуги. Суми у цій консолідованій фінансовій звітності подані у мільйонах українських гривень, якщо не зазначено інше.

Основні принципи облікової політики, що використовувалися під час підготовки цієї консолідованої фінансової звітності, подані далі у відповідних примітках. Відповідно до пункту 5 статті 121 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» всі підприємства, які зобов'язані складати фінансову звітність за МСФЗ, складають і подають фінансову звітність на основі таксономії фінансової звітності за МСФЗ в єдиному електронному форматі (далі - iXBRL). Станом на дату випуску цієї консолідованої фінансової звітності таксономію UA XBRL МСФЗ 2022 не опубліковано, і Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України ще не ініціювала процес подання фінансової звітності за 2022 рік в єдиному електронному форматі. Керівництво Групи планує підготувати звіт у форматі iXBRL та подати як тільки це буде можливим.

Зупинимось детальніше на аудиті виручки. Виручка оцінюється за сумою винагороди, право на яку Група очікує отримати за контрактами з клієнтами, без урахування сум, одержаних від імені третіх сторін. Група визнає виручку в момент, коли вона передає контроль над товаром або послугою клієнту. Виручка оцінюється за справедливою вартістю компенсації до отримання, за вирахуванням податку на додану вартість за ставкою 20%, збору на обов'язкове державне пенсійне страхування за ставкою 7,5% та знижок.

Група отримує виручку від надання мобільних телекомунікаційних послуг (плати за доступ, голосових дзвінків, передачі СМС-повідомлень, плати за пропуск трафіку інших мобільних операторів, ширококутної передачі даних у мережах фіксованого та мобільного зв'язку, телевізійного та музичного контенту і плати за з'єднання) абонентам передплаченого зв'язку та контрактним абонентам, а також продажу обладнання та аксесуарів. Продукти та послуги



можуть продаватися окремо або у комбінованих пакетах. Найістотніша частина виручки стосується передплачених договорів.

Виручка від плати за доступ, голосові дзвінки, передачі СМС-повідомлень, плати за пропуск трафіку інших мобільних операторів та мобільного Інтернету визнається тоді, коли послуги надаються. Вона визнається або на базі використання (хвилинах обробленого трафіку, обсягу переданих даних) або з плином часу (місячна абонентська плата). Виручка від реалізації передплачених послуг переноситься на майбутні періоди до того часу, поки клієнт не споживе послуги або закінчиться їх строк дії. Це призводить до визнання зобов'язань за договорами у складі консолідованого звіту про фінансовий стан та більшої величини надходжень грошових коштів від операційної діяльності у тому періоді, в якому отримані передоплати від клієнтів, тоді як споживання послуг відбувається у подальші роки.

Виручка від надання телевізійного та музичного контенту визнається тоді, коли Група надає послуги, і визнається за чистою сумою у розмірі комісій до отримання Групою (діє як агент) згідно з вимогами МСФЗ 15 Дохід від договорів з клієнтами, оскільки Група не контролює такі послуги до передачі їх клієнту. Група пропонує програму лояльності, яка базується на обсязі витрат, за якою клієнтам надаються бали за придбання мобільних послуг. Ці бали можуть витрачатися на мобільні послуги, смартфони, ваучери, інші товари та благодійність протягом 12 місяців з дати їх нарахування. Бонусні бали, отримані клієнтами у рамках програми лояльності, обліковують як окремий компонент операції з продажу, в рамках якої їх надають. Частину справедливої вартості отриманої винагороди розподіляють на бонусні бали та відносять на майбутні періоди, виходячи з очікуваної кількості бонусних балів, які будуть фактично використані клієнтом. У подальшому віднесено на майбутні періоди суму визнають як виручку у періодах використання бонусних балів. Група визнає первісну плату за підключення за своїми передплаченими тарифними планами з моменту активації абонентів протягом строку дії договору, під час якого сторони мають чинні права та зобов'язання, забезпечені правовим захистом, а саме один

місяць згідно українського законодавства. Виручка від реалізації товарів (головним чином, мобільних телефонів та інших мобільних пристроїв) визнається тоді, коли контроль над товарами переходить до клієнта. Для комбінованих пакетів Група обліковує індивідуальні продукти та послуги окремо, якщо вони є чітко вираженими, тобто продукт або послугу, а також вигоду клієнта можна ідентифікувати окремо від інших об'єктів у комбінованому пакеті, і клієнт може отримати вигоду від них. Компенсація за угодою розподіляється на кожний окремий продукт та послугу на основі їх відповідної справедливої вартості порівняно з узгодженою ціною. Визначена справедлива вартість індивідуальних елементів загалом базується на цінах, за якими послуга регулярно продається самостійно після врахування будь-яких відповідних знижок за обсяг. Заохочення, які надаються клієнтам, зазвичай пропонуються на момент підписання нового договору або у рамках рекламних пропозицій.

### **3.3. Удосконалення обліку і аудиту торгівельних операцій**

Удосконалення обліку і аудиту торгівельних операцій відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування торговельних підприємств. Для досягнення цієї мети можна ПРАТ «ВФ УКРАЇНА» вжити низку заходів (Рис.3.5).

Впровадження сучасних інформаційних технологій - використання спеціалізованих програмних засобів для обліку та аудиту дозволяє автоматизувати процеси, підвищує точність обліку і дозволяє зберігати великий обсяг даних для подальшого аналізу.

Стандартизація процедур і документації - встановлення єдиної методології обліку і аудиту сприяє уніфікації процесів, що спрощує їх контроль та аналіз.

Підвищення кваліфікації персоналу - проведення навчань та тренінгів з питань обліку та аудиту дозволяє підвищити кваліфікацію працівників і забезпечити їхню відповідність сучасним стандартам і вимогам.

Постійний моніторинг і аналіз - проведення систематичного моніторингу торгівельних операцій та аналізу результатів дозволяє вчасно виявляти можливі недоліки та ризики, що дозволяє швидко приймати відповідні заходи.

Здійснення внутрішнього контролю - впровадження ефективної системи внутрішнього контролю дозволяє уникнути помилок та шахрайства, забезпечуючи надійність фінансової звітності.

Проведення внутрішнього аудиту - допомагає отримати об'єктивну оцінку фінансового стану підприємства та виявити можливі проблеми та недоліки.



Рис. 3.5 Удосконалення обліку і аудиту торгівельних операцій

Загальна мета таких заходів - підвищення ефективності управління торговельним підприємством, зниження ризиків та забезпечення високого рівня довіри стейкхолдерів.

### Висновки до розділу 3

Дослідження аудиту торговельних операцій дозволило зробити наступні висновки:

1. Метою аудиту діяльності торговельних підприємств є підтвердження достовірності звітності та встановлення відповідності господарських операцій діючій нормативно-правовій базі. Завдання аудиту діяльності торговельних підприємств повинні враховувати особливості їх діяльності. Аудиторську перевірку діяльності підприємств у сфері торгівлі доцільно розпочинати з таких етапів: I. Підготовчий етап, який включає в себе підготовку та планування аудиторської перевірки. II. Основний етап, що передбачає проведення аудиту, збір та обробку інформації. III. Заключний етап, на якому підготовляється звіт на основі отриманих результатів аудиту.

2. Аудиторську перевірку компанії проводить Товариство з обмеженою відповідальністю Аудиторська фірма «ПрайсвогтерхаусКуперс (Аудит)». З 24 лютого 2022 року на діяльність Компанії має значний вплив вторгнення Російської Федерації в Україну та воєнні дії, що тривають, і невизначеність подальшого розвитку подій, включаючи інтенсивність або тривалість цих дій. Ці події та умови разом з іншими питаннями, свідчать про існування суттєвої невизначеності, яка може викликати значні сумніви у спроможності Компанії продовжувати подальшу безперервну діяльність.

3. Удосконалення обліку і аудиту торговельних операцій є критичним для забезпечення ефективності та стабільності діяльності підприємств у цій галузі. Шляхом впровадження сучасних інформаційних технологій, стандартизації процедур, підвищення кваліфікації персоналу, постійного моніторингу та аналізу, внутрішнього контролю, можна досягти значного покращення управління та зниження ризиків. Ці заходи спрямовані на забезпечення точності, надійності та об'єктивності обліку та аудиту, а також на виявлення та усунення можливих проблемних ситуацій. Послідовне впровадження цих підходів дозволить підприємствам у сфері торгівлі

оптимізувати свою діяльність, забезпечуючи стійкий розвиток і позитивні фінансові результати.

## ВИСНОВКИ

Дослідження теоретичних та практичних основ обліку і аудиту торговельних операцій «ВФ Україна» дозволило зробити наступні висновки:

2. Vodafone Україна – провідна українська телеком компанія, що надає послуги швидкісного інтернету 3G і 4G, фіксованого зв'язку та інтернету. Основним видом діяльності є діяльність у сфері безпроводового електрозв'язку. В Україні послугами Vodafone користуються 15,8 млн клієнтів. Компанія зареєстрована в реєстрі «Великих платників податків» в Центральному міжрегіональному управлінні ДПС по роботі з великими платниками податків. В компанії працює близько 3000 працівників.

2. Компанія має суттєвий потенціал для успішного розвитку у сфері безпроводового електрозв'язку, особливо з урахуванням їхніх технологічних компетенцій та розгалуженої мережі дистриб'юції. Проте необхідно управляти слабкими сторонами та загрозами, шукати можливості для інновацій та розвитку, а також реагувати на зміни у регулятивному та технологічному середовищі.

3. Компанія відображає дохід від отримання щомісячної та річної плати за тарифні пакети в тому місяці, в якому абоненту надаються послуги мобільного зв'язку. Плата за ефірний час включає вартість дзвінків, яка встановлюється в залежності від тривалості розмови, місцезнаходження абонента та виду послуг, що надаються. Основні витрати, які несе «ВФ Україна» у зв'язку з наданням послуг мобільного та фіксованого зв'язку, включають витрати на послуги інших операторів, оренду майданчиків для розміщення телекомунікаційного обладнання, плату за послуги роумінгу, собівартість телефонних апаратів, аксесуарів, модемів та роутерів, амортизацію та витрати на технічне обслуговування мережі.

4. Електронна торгівля впроваджує процес купівлі-продажу товарів за допомогою електронних технологій. Цей термін визначає організацію торгівлі товарами та послугами через електронні засоби, такі як телекомунікаційні мережі та електронні фінансові інструменти. Таким чином, електронна торгівля

відрізняється від звичайної роздрібною торгівлі. У неї власні характеристики та особливості.

5. Інтернет-торгівля, зазвичай, є формою дистанційної торгівлі та продажем товарів за замовленням. Зазвичай, процес відвідування інтернет-магазину включає такі етапи: покупець відвідує веб-сайт інтернет-магазину; реєструється на сайті, якщо потрібно; вибирає необхідний товар і складає замовлення, заповнюючи спеціальну форму замовлення. Формат бланку замовлення може відрізнитися від продавця до продавця. Проте, для підтвердження замовлення, зазвичай, продавець контактує з покупцем за допомогою телефону, месенджерів або електронної пошти. При оформленні замовлення продавець не може змінювати асортимент товару або його ціну без попередньої згоди покупця. Єдиним винятком є ситуація, коли договором (бланком замовлення) передбачено можливість заміни товару в разі його відсутності.

6. Розвиток електронної комерції має значний потенціал на внутрішніх ринках. Користуючись послугами підприємств, що працюють у сфері електронної комерції, споживачі мають можливість зекономити завдяки більш доступним цінам, порівнюючи їх для вибору найвигіднішої пропозиції. Для економії часу товар можна обирати не виходячи з дому, а також вибирати зручний спосіб оплати та доставки.

7. Метою аудиту діяльності торговельних підприємств є підтвердження достовірності звітності та встановлення відповідності господарських операцій діючій нормативно-правовій базі. Завдання аудиту діяльності торговельних підприємств повинні враховувати особливості їх діяльності. Аудиторську перевірку діяльності підприємств у сфері торгівлі доцільно розпочинати з таких етапів: I. Підготовчий етап, який включає в себе підготовку та планування аудиторської перевірки. II. Основний етап, що передбачає проведення аудиту, збір та обробку інформації. III. Заключний етап, на якому підготовляється звіт на основі отриманих результатів аудиту.



8. Аудиторську перевірку компанії проводить Товариство з обмеженою відповідальністю Аудиторська фірма «ПрайсвотерхаусКуперс (Аудит)». З 24 лютого 2022 року на діяльність Компанії має значний вплив вторгнення Російської Федерації в Україну та воєнні дії, що тривають, і невизначеність подальшого розвитку подій, включаючи інтенсивність або тривалість цих дій. Ці події та умови разом з іншими питаннями, свідчать про існування суттєвої невизначеності, яка може викликати значні сумніви у спроможності Компанії продовжувати подальшу безперервну діяльність.

9. Удосконалення обліку і аудиту торгівельних операцій є критичним для забезпечення ефективності та стабільності діяльності підприємств у цій галузі. Шляхом впровадження сучасних інформаційних технологій, стандартизації процедур, підвищення кваліфікації персоналу, постійного моніторингу та аналізу, внутрішнього контролю, можна досягти значного покращення управління та зниження ризиків. Ці заходи спрямовані на забезпечення точності, надійності та об'єктивності обліку та аудиту, а також на виявлення та усунення можливих проблемних ситуацій. Послідовне впровадження цих підходів дозволить підприємствам у сфері торгівлі оптимізувати свою діяльність, забезпечуючи стійкий розвиток і позитивні фінансові результати.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Макаренко, А. П.; Оренчак, А. А. Удосконалення обліку та аудиту операційних доходів на підприємствах оптової торгівлі. Інвестиції: практика та досвід, 2020, 24: 34-43.
2. Любимов, М. О.; Кулик, В. А. Можливості, загрози та перспективи використання «хмарних» технологій у бухгалтерському обліку. Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки», 2020, 2 (93).
3. Верзілова Г. Р. Облікова інтерпретація витрат на маркетингову діяльність торговельного підприємства. Бизнес Информ, 2020, 3 (506): 284-292.
4. Лобунець А. Р. Облік і оподаткування підприємств електронної торгівлі. In: Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації»[Електронне видання]: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф.(Київ, 27 травня 2020 р.)/відп. ред. АА Мазаракі.–Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020.–257 с. 2020. р. 60.
5. Спіцина, Н. В., Кравцова, С. В. Внутрішній аудит: підходи до визначення, відмінності від зовнішнього аудиту. Бизнес Информ, 2020, 5 (508): 342-348.
6. Про компанію. URL: <https://www.vodafone.ua/company/history-company> (дата звернення: 09.05.2024).
7. Ліцензії. URL: <https://www.vodafone.ua/company/licenses> (дата звернення: 09.05.2024).
8. Положення про дивідендну політику ПРАТ «ВФ УКРАЇНА» <https://www.vodafone.ua/storage/editor/files/polozennya-pro-dividendnu-politiku-prat-vf-ukrayina.pdf> (дата звернення: 09.05.2024).
9. Основна інформація. URL: <https://clarity-project.info/smida/14333937?year=2018> (дата звернення: 09.05.2024).
10. Інтернет-магазин Vodafone. URL: <https://www.vodafone.ua/shop/ua/about>. (дата звернення: 09.05.2024).

11. Робоча програма з електронної комерції. URL: <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=Q:/WT/L/274.pdf&Open=True> (дата звернення: 09.05.2024).

12. Питання електронної комерції в ЮНКТАД. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=305d2254-0400-4444-b2c7-34b0678b6236&title=PitanniaElektronnoiKomertsiiVYunktad> (дата звернення: 09.05.2024).

13. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.

14. Про затвердження Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями : Наказ; Мінекономіки (з 2005 р.) від 19.04.2007 № 103 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z1181-07> (дата звернення: 09.05.2024).

15. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг : Закон України від 06.07.1995 № 265/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/265/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 09.05.2024).

16. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1023-12> (дата звернення: 09.05.2024).

17. Про затвердження Положення про форму та зміст розрахункових документів/електронних розрахункових документів, Порядку подання звітності, пов'язаної із використанням книг обліку розрахункових операцій (розрахункових книжок), форми № ЗВР-1 Звіту про використання книг обліку розрахункових операцій (розрахункових книжок) : Наказ; Мінфін України від 21.01.2016 № 13 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0220-16> (дата звернення: 09.05.2024).

18. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг : Закон України від 06.07.1995 №

265/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/265/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 09.05.2024).

19. Інструкція про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення і товарів народного споживання за кількістю : Інструкція; Органи влади СРСР від 15.06.1965 № П-6 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/va006400-65> (дата звернення: 30.11.2023).

20. Про затвердження Інструкції про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібної торгівлі та закладах ресторанного господарства : Наказ; МЗЕЗторг України від 04.01.1997 № 02 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0004-97> (дата звернення: 30.11.2023).

21. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21.12.2017 № 2258-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2258-19> (дата звернення: 09.05.2024).

22. Про застосування Міжнародних стандартів аудиту видання 2006 року : Рішення; Аудиторська палата від 30.11.2006 № 168/7 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/go/vr16\\_230-06](https://zakon.rada.gov.ua/go/vr16_230-06) (дата звернення: 09.05.2024).

23. Будько, О. В.; Хижняк, І. Ю. Особливості аудиту діяльності торговельного підприємства. Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету, 2023, 1 (6): 111-117.