МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Західноукраїнський національний університет
Навчально-науковий інститут новітніх освітніх технологій
Кафедра аудиту

КЕКІШ Дмитро Ігорович

Аудит у сфері електронної комерції: особливості обліку, контролю та оподаткування / Audit in E-Commerce: Features of Accounting, Control, and Taxation

спеціальність: D1 - Облік і оподаткування
освітньо-професійна програма - Аудит та державний фінансовий контроль

Кваліфікаційна робота

Виконав студент групи
ОАДФКзм-21
Д. І. Кекіш

_____

Науковий керівник:
д.е.н., професор, В. М. Панасюк

_____

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту:

"___" _____20____р.

Завідувач кафедри
_____**В. М. Панасюк**

ТЕРНОПІЛЬ – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ 6

1.1 Електронна комерція як об'єкт бухгалтерського обліку, контролю та оподаткування 6

1.2 Нормативно-правове регулювання обліку, оподаткування та аудиту електронної комерції в Україні 11

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ПРАКТИКИ ОБЛІКУ, ОПОДАТКУВАННЯ ТА АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ 17

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства та аналіз його діяльності у сфері електронної комерції 17

2.2 Аналіз організації бухгалтерського обліку та дотримання податкових вимог під час здійснення електронних операцій 23

2.3 Оцінка системи внутрішнього контролю та практики аудиту операцій електронної комерції 27

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АУДИТУ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ 31

3.1 Удосконалення методики ризик-орієнтованого аудиту операцій електронної комерції 31

3.2 Оптимізація облікових процесів та вдосконалення податкового контролю 35

ВИСНОВКИ 39

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 42

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток цифрових технологій змінив спосіб ведення торгівлі. Купівля і продаж усе частіше відбуваються через інтернет, а продавець і покупець можуть узагалі не зустрічатися. В Україні електронна комерція продовжує зростати навіть в умовах війни: у 2025 році українці витратили на онлайн-покупки 256 млрд грн [26]. Для багатьох підприємств продаж через інтернет став основним каналом збуту, а сама електронна комерція – помітною частиною економіки країни.

Зі зростанням електронної комерції зростають і вимоги до обліку та контролю таких операцій. Нові способи продажу, розрахунків і доставки з'являються швидше, ніж змінюються законодавство і стандарти обліку. Від того, наскільки правильно підприємство відображає ці операції в обліку, залежить достовірність його фінансової звітності і повнота сплати податків. Власникам, інвесторам, державі та іншим користувачам потрібна впевненість у тому, що звітність підприємств електронної комерції є достовірною. Таку впевненість надає аудит, але і він має пристосовуватися до роботи в цифровому середовищі, де дані про операції існують переважно в електронному вигляді.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є обґрунтування теоретичних засад і розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення обліку, контролю та аудиту операцій електронної комерції. Для досягнення мети поставлено такі завдання:

– розкрити сутність електронної комерції як об'єкта бухгалтерського обліку, контролю та оподаткування;

– охарактеризувати нормативно-правове регулювання обліку, оподаткування та аудиту електронної комерції в Україні;

– дати організаційно-економічну характеристику підприємства та проаналізувати його діяльність у сфері електронної комерції;

– проаналізувати організацію бухгалтерського обліку та дотримання податкових вимог під час здійснення електронних операцій;

– оцінити систему внутрішнього контролю та практику аудиту операцій електронної комерції;

– запропонувати напрями вдосконалення методики ризик-орієнтованого аудиту операцій електронної комерції;

– обґрунтувати напрями оптимізації облікових процесів та вдосконалення податкового контролю.

Об’єктом дослідження є процеси бухгалтерського обліку, контролю, аудиту та оподаткування операцій електронної комерції.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти обліку, контролю, аудиту та оподаткування операцій електронної комерції в Україні.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи. Аналіз і синтез застосовано для вивчення сутності електронної комерції та нормативної бази. Порівняння використано для зіставлення НП(С)БО 15 і МСФЗ 15, а також українського і зарубіжного досвіду податкового контролю. Горизонтальний і вертикальний аналіз фінансової звітності застосовано для оцінки динаміки доходів і структури витрат підприємства, аналіз документів – для вивчення облікової політики і звіту незалежного аудитора. Табличний метод використано для наочного подання результатів, а узагальнення – для формулювання висновків і пропозицій.

Інформаційною базою дослідження є закони України, Податковий кодекс України, національні та міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, фінансової звітності і аудиту, матеріали Державної податкової служби, праці вітчизняних науковців, зарубіжні нормативні документи, а також фінансова звітність ТОВ «Розетка. УА» за 2022–2024 роки разом зі звітами незалежного аудитора.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що запропоновані заходи можуть використовувати аудиторські фірми для вдосконалення методики аудиту доходу підприємств електронної комерції, самі підприємства – для вдосконалення обліку і внутрішнього контролю, а державні органи – під час подальшого розвитку Е-аудиту і SAF-T UA.

Апробація результатів роботи та публікації. За результатами кваліфікаційної роботи опубліковано наступні наукові праці:

1. Тези. Особливості та складові обліку міжнародних операцій суб’єктів господарювання. Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі: матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих вчених (23 жовтня 2026 р., м. Київ).

2. Тези. Особливості обліку та аудиту доходів суб'єктів електронної комерції. Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі: матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих вчених (23 жовтня 2026 р., м. Київ).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота має традиційну структуру, що включає вступ, три основні розділи, висновки та пропозиції. Основний зміст викладено на 46 сторінках друкованого тексту, а також містить таблиці. Список використаних джерел налічує 35 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

1.1 Електронна комерція як об'єкт бухгалтерського обліку, контролю та оподаткування

За останні десятиліття розвиток інформаційно-комунікаційних технологій істотно змінив способи організації та ведення торгівлі. Для укладення договору купівлі-продажу продавцю і покупцю більше не потрібна особиста зустріч. Торгівля відбувається дистанційно через вебсайти, мобільні застосунки, маркетплейси та соціальні мережі. Розрахунки при цьому здійснюються за допомогою платіжних карток, електронних гаманців і сервісів інтернет-еквайрингу. Ці операції отримали узагальнену назву - електронна комерція. Такий вид комерції становить особливий інтерес для бухгалтерського обліку, аудиту та податкового контролю, оскільки суть операції залишається тією самою купівля-продаж, але її форма, документальне оформлення та коло учасників істотно змінюється.

Законодавче визначення електронної комерції в Україні закріплено в Законі України «Про електронну комерцію», ухваленому у 2015р. на виконання зобов'язань за Угодою про асоціацію з ЄС. Відповідно до нього електронна комерція – це 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-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [21]. Отож, згідно з ним ключовою ознакою електронної комерції є дистанційний характер взаємодії сторін з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого одна сторона отримує прибуток, а інша товар або послугу.

Електронну комерцію класифікують переважно за двома ознаками: за суб'єктами (учасниками) торговельних відносин і за способом ведення діяльності. За суб'єктами торговельних відносин в електронній комерції виділяють такі моделі:

- B2C – є найпоширенішою моделлю ведення бізнесу онлайн, зазвичай саме цю модель більшість людей має на увазі під поняттям електронної комерції. Ця модель має на увазі, що бізнес продає кінцевому споживачу.
- B2B – бізнес продає бізнесу, відрізняється від попередньої складнішими специфікаціями, довшим циклом узгодження та більшими обсягами.
- C2C – клієнт продає клієнту, але більше підходить пояснення споживач-споживач. Хоча насправді ця модель більше виглядає як споживач-платформа-споживач, адже онлайн-продажі між людьми у більшості випадків використовують посередника у вигляді платформи, на якій відбувається торгівля. В Україні головними представниками таких платформ є OLX, Prom та Shafa.
- B2G – бізнес продає державі, головним прикладом є публічні закупівлі.

За методом ведення діяльності е-комерція поділяється на:

- Інтернет-магазини – підприємство використовується власний сайт для продажу власних товарів.
- Маркетплейси – це онлайн-майданчик, де свої товари продає багато різних продавців, а сам майданчик виступає посередником.
- Соцмережі – продаж здійснюється через соцмережі. В основному сторінка соцмережі виступає як засіб маркетингу та вітрина товарів, але без можливості оплати. Така діяльність в основному здійснюється ФОПами, а оплата здійснюється за переказом реквізитами.

Облік в електронній комерції українські науковці вивчають уже понад 15 років. Одну з перших методик обліку запропонували С. Ф. Легенчук і Н. М.

Королюк [7], вони поділили продаж через інтернет-магазини на етапи від створення сайту до оплати товару, його доставки та повернення. До прикладу, сайт, який використовують для продажу товарів, автори пропонують визнавати нематеріальним активом, а дохід від продажу з доставкою поштою лише після того, як покупець отримав товар. Також у своїй монографії В. А. Кулик [6] ґрунтовно розглянула тему обліку електронної комерції зі сторони інтернет магазинів. У ній вона зауважила, що традиційні методи обліку залишаються актуальними для електронної комерції, але з'являються нові об'єкти обліку, наприклад, доменне ім'я та витрати на створення вебсайту.

Окремі аспекти обліку в електронній комерції розглянуто в сучасних працях. Г. Мацьків, Н. Райтер і Ю. Томашевський [8] пропонують вести окремі аналітичні рахунки доходів і витрат за каналами продажу, щоб розмежувати результати електронної та традиційної торгівлі. В. М. Панасюк і співавтори [14] розглядають облік витрат на вебсайт, передоплати й післяплати. Б. Р. Іваночко і співавтори [4] подають обліковий процес виконання інтернет-замовлення як таку послідовність етапів:

1. Надходження коштів на банківський рахунок продавця напряму від покупця у випадку передоплати замовлення за реквізитами;
2. Реалізація товару чи послуги покупцю, з одночасним нарахуванням доходу, заборгованості покупця та відображення собівартості реалізованих товарів чи послуг;
3. Надходження коштів за замовлення на розрахунковий рахунок від надавачів фінансових послуг з еквайрингу чи переказу післяплати;
4. Нарахування витрат на комісію маркетплейсів і фінансових установ за їхні послуги, що виникають у процесі виконання замовлення, а також послуг поштових операторів у разі, якщо вартість доставки сплачує продавець [4, с. 12].

Отже, бухгалтера більше цікавлять наслідки операції електронної торгівлі, а не сама операція, тобто які документи з'являються, коли надходять гроші і хто бере участь в операції.

Згідно із Законом України «Про електронну комерцію» визначаються такі сторони у веденні електронної комерції, як продавець (постачальник, виконавець), покупець (замовник, споживач) та постачальник послуг проміжного характеру в інформаційній сфері, тобто той, хто забезпечує діяльність інтернету, хостингу та засобів передачі та зберігання інформації у електронному вигляді. Але закон описує правову сторону угоди, на практиці продавець і покупець не зустрічаються, тому гроші і товар між ними рухаються через інших учасників, яких закон не називає. Значна частина продажів проходить через маркетплейси як майданчики, що виступають у ролі посередників, через які відбувається оплата та які перераховують гроші продавцю за вирахуванням власної комісії. Оплату карткою може приймати банк-еквайр або платіжна установа, що також утримує свою комісію. Також потрібні послуги поштового оператора або кур'єрської служби для доставки товару до покупця. Окрім цього, кожен продаж споживачу фіксує податкова служба через дані РРО чи ПРРО, а під час ввезення товарів з-за кордону – митні органи. Кожен із цих учасників веде власний облік операції. Це ускладнює роботу бухгалтера, але дає змогу аудитору звірити дані продавця з незалежними джерелами.

Контроль у сфері електронної комерції здійснюється на кількох рівнях, кожен з яких має власних суб'єктів, мету і методи. Коли підприємство саме перевіряє свої дані – це внутрішній контроль. Незалежний (зовнішній) аудит відповідно до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» полягає в перевірці даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам стандартів обліку [18]. Державний податковий і митний контроль здійснюють Державна податкова служба та Державна митна служба України з метою забезпечення правильності нарахування, повноти та своєчасності сплати податків і митних платежів. Співвідношення цих рівнів подано в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Рівні контролю у сфері електронної комерції

Рівень контролю	Суб'єкт	Мета	Особливості в електронній комерції
Внутрішній контроль	Власник, управлінський персонал, бухгалтерська служба	Збереження активів, повнота і достовірність облікових даних	Автоматизовані контролі інтеграції з платформами та платіжними сервісами, щоденна звірка даних
Незалежний аудит	Аудитор (суб'єкт аудиторської діяльності)	Висловлення думки щодо достовірності фінансової звітності	Оцінка IT-середовища, використання даних третіх сторін як аудиторських доказів, аналітичні процедури на повних масивах даних
Податковий і митний контроль	ДПС, Держмитслужба	Повнота і своєчасність сплати податків і митних платежів	Аналіз даних РРО (ПРРО), банків, платформ і митних декларацій; контроль транскордонних відправлень

Джерело: складено автором на основі [17; 18]

Як об'єкт оподаткування електронна комерція підпадає під загальні правила оподаткування згідно Податкового кодексу України, для неї немає окремих правил. Тобто сплата податків відбувається залежно від обраної системи оподаткування. Порядок оподаткування залежить від обраної суб'єктом господарювання системи: загальна система передбачає сплату податку на прибуток підприємств і, за наявності відповідних підстав, ПДВ, тоді як за спрощеної системи основним податковим платежем є єдиний податок. Водночас електронна комерція породжує низку специфічних податкових питань, таких як визначення дати доходу і податкових зобов'язань при передоплаті та післяплаті, обов'язок фіскалізації розрахунків через ПРРО, повернення вже проданих товарів.

1.2 Нормативно-правове регулювання обліку, оподаткування та аудиту електронної комерції в Україні

Нормативно-правове забезпечення обліку, оподаткування та аудиту електронної комерції в Україні не зосереджене в єдиному акті чи законі, а формується сукупністю норм цивільного, господарського, податкового, митного законодавства та законодавства про бухгалтерський облік та аудит.

Загальні засади електронної комерції та електронного документообігу в Україні є забезпеченні низкою законодавчих актів, що визначають правові засади того, як здійснюються електронні правочини, під якими мається на увазі здійснення операції торгівлі або надання послуг за допомогою інформаційно-комунікаційних систем. Першочергово, Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» [20] надає електронним документам юридичної сили, що забезпечує можливість здійснення підприємницької діяльності онлайн, зокрема торгівлі та дає змогу використовувати їх як первинні документи в бухгалтерському обліку. Вже раніше згаданий Закон України «Про електронну комерцію» встановлює порядок здійснення електронної комерції, визначає суб'єкти електронної комерції, яким чином укладаються договори, обов'язки сторін. Важливими також є Закон України «Про платіжні послуги» [24], що регулює діяльність надавачів платіжних послуг, що забезпечують можливість оплати при онлайн торгівлі, та Закон України «Про захист прав споживачів» [23], що визначає базові права споживачів, а зокрема право споживача на відмову від товару, купленого в інтернеті протягом 14 днів і його повернення.

Головним законодавчим актом, що займається регулюванням здійснення бухгалтерського обліку в Україні, є Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [19]. Цей закон встановлює принципи, за якими здійснюється облік і головними серед них для електронної комерції є принципи нарахування - доходи і витрати відображаються в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження

або сплати грошових коштів, повного висвітлення - фінансова звітність повинна містити всю інформацію про фактичні та потенційні наслідки господарських операцій та подій, здатних вплинути на рішення, що приймаються на її основі та превалювання сутності над формою - операції обліковуються відповідно до їх сутності, а не лише виходячи з юридичної форми. Також згідно з цим законом підприємства в Україні можуть використовувати два підходи до ведення бухгалтерського обліку за Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку (НП(С)БО) або Міжнародним стандартом фінансової звітності (МСФЗ). Ключовими національними стандартами для обліку електронної комерції є стандарти №15 «Дохід» та №16 «Витрати», адже вони безпосередньо визначають правила нарахування доходів і витрат та до яких періодів їх слід відносити, але їх недоліком для електронної комерції є те, що вони є досить застарілими, остання редакція 3 листопада 2020 року, та те, що вони є цілком загальними і не беруть до уваги проведення торгівлі за допомогою інформаційно-комунікаційних систем та всі особливості її здійснення. На відміну від НП(С)БО 15 «Дохід» [13], МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами» [11] значно детальніше регулює визнання доходу в ситуаціях, характерних для електронної комерції. Обидва стандарти визначають, коли і в якій сумі визнається дохід. Проте НП(С)БО 15 обмежується загальними умовами визнання: покупцю передано ризики й вигоди, пов'язані з правом власності, а суму доходу можна достовірно визначити. МСФЗ 15 натомість пропонує модель із п'яти кроків, побудовану навколо переходу контролю над товаром до клієнта:

1. Ідентифікація договору з клієнтом. Договір має бути погоджений сторонами, їхні права й умови оплати мають бути визначені, а оплата – ймовірною. В електронній комерції таким договором зазвичай є оформлене замовлення: покупець приймає умови публічної оферти на сайті, а товар, ціна і спосіб оплати фіксуються в замовленні.

2. Ідентифікація зобов’язань щодо виконання договору. На цьому етапі продавець визначає товари або послуги, які він зобов’язаний передати чи надати покупцеві відповідно до умов укладеного договору. Під час онлайн-продажу, крім

передачі товару, це можуть бути бонуси на наступні покупки, розширена гарантія чи інші послуги. Кожне таке зобов'язання, якщо воно відокремлене, обліковується окремо.

3. Визначення ціни операції. Ціна операції – це сума, яку продавець очікує отримати за товари чи послуги, без сум, зібраних на користь третіх осіб, наприклад ПДВ. Якщо продавець надає знижки або очікує повернень товарів, ціну операції оцінюють з урахуванням цієї змінної частини.

4. Розподіл ціни операції між зобов'язаннями. Якщо в договорі кілька зобов'язань, ціну розподіляють між ними пропорційно до їх окремих цін продажу. Для інтернет-магазину це означає, що частина отриманої суми припадає не на товар, а, наприклад, на нараховані бонуси, які оцінюють з урахуванням імовірності їх використання.

5. Визнання доходу. Дохід визнається тоді, коли продавець виконує зобов'язання, тобто коли контроль над товаром переходить до покупця. Під час дистанційного продажу це зазвичай момент отримання товару покупцем, а не момент оплати. Тому кошти, отримані за передоплатою, до передачі товару обліковуються як зобов'язання перед покупцем.

Відмінності між зазначеними стандартами особливо чітко простежуються в положеннях додатка Б до МСФЗ 15, який містить додаткові настанови щодо практичного застосування стандарту, зокрема:

- Продаж з правом повернення – продавець ще у момент продажу оцінює, яку частину товару покупці імовірно повернуть, дохід визначається тільки за ті товари, що залишаються у покупців, а суму очікуваних повернень обліковують як зобов’язання перед покупцями. Це правило створене для того, щоб зменшити рівень завищення доходу і його менше довелося зменшувати через неочікувані повернення товарів.
- Міркування щодо принципала чи агента – визначає, чи підприємство виступає в ролі принципала чи агента. Принципал визнає дохід у повній сумі, а агент лише комісію. Це правило створене для того, щоб посередник і продавець

не обліковували один і той самий продаж. Повну суму вказує лише той, хто контролює товар.

- Можливість для клієнта отримати додаткові товари або послуги – визначає можливість застосування акцій, балів, систем лояльності, знижок на майбутні покупки. Ці механізми задоволення клієнтів наразі дуже популярні і вони можуть викликати труднощі у розумінні того, як їх потрібно обліковувати.

Як можна побачити із різниці підходів до визначення доходів підприємств міжнародний стандарт є набагато більше пристосованим для використання у електронній комерції порівняно із українським стандартом, адже він набагато детальніше розглядає питання, важливі для онлайн продажів.

Нормативно-правову основу оподаткування операцій електронної комерції становить Податковий кодекс України (ПКУ) [17], який визначає порядок нарахування та сплати податків, їхні ставки, строки виконання податкових зобов'язань та особливості застосування відповідних податкових норм. Однією із таких норм, через яку можуть виникати проблеми у обліку в електронній комерції є правило першої події для ПДВ, тобто зобов'язання зі сплати ПДВ виникає, коли сталась перші із двох подій: кошти надійшли продавцю або товар відвантажено. Тобто може виникнути ситуація, що продавець продав товар, отримав кошти, які зарахував як аванс, бо товар ще не проданий і у нього виникає зобов'язання зі сплати ПДВ, що не збігається із датою отримання доходу від операції і може бути в різних податкових періодах. А ще може бути випадок, що покупець у поштовому відділенні відмовиться від товару, а податок уже сплачений, тобто виходить, що покупець оплатив податок за товар, який він не продав.

Регулювання аудиту в Україні здійснюють такі нормативно-правові акти, як Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», що визначає правові засади аудиту фінансової звітності, провадження аудиторської діяльності в Україні та визначає порядок взаємодії учасників аудиторської діяльності, що виконуються при її провадженні [18]. У частині першій статті 13

цього закону зазначається, що аудитори та суб'єкти аудиторської діяльності провадять аудиторську діяльність відповідно до міжнародних стандартів аудиту, але лише ті, що оприлюднені державною мовою на офіційному веб-сайті центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері бухгалтерського обліку та аудиту, який забезпечує їх актуалізацію. Найбільш значущі для аудиту в електронній комерції стандарти наведено у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Міжнародні стандарти аудиту, найбільш значущі для аудиту суб'єктів електронної комерції

Стандарт	Зміст стандарту
МСА 240 «Відповідальність аудитора щодо шахрайства»	Обов'язки аудитора щодо шахрайства: як виявити ризики суттєвого викривлення звітності внаслідок шахрайства (навмисного викривлення звітності чи привласнення активів) і як на них реагувати
МСА 250 «Розгляд законодавчих і нормативних актів»	Як аудитор враховує дотримання підприємством законів і нормативних актів, порушення яких може вплинути на фінансову звітність
МСА 315 «Ідентифікація та оцінювання ризиків суттєвого викривлення»	Як аудитор вивчає підприємство, його середовище, систему внутрішнього контролю та ІТ, щоб визначити й оцінити ризики суттєвого викривлення звітності
МСА 330 «Дії аудитора у відповідь на оцінені ризики»	Які аудиторські процедури виконувати у відповідь на оцінені ризики: тести заходів контролю та процедури по суті
МСА 402 «Міркування аудитора щодо суб'єкта господарювання, який користується послугами обслуговуючої організації»	Як проводити аудит підприємства, частину операцій якого обробляють інші організації, що надають йому послуги
МСА 500 «Аудиторські докази», МСА 505 «Зовнішні підтвердження»	Що вважається аудиторськими доказами і як оцінити їх достатність і надійність; як отримувати підтвердження інформації безпосередньо від третіх сторін (банків, контрагентів)

продовження табл. 1.2

МСА 520 «Аналітичні процедури», МСА 530 «Аудиторська вибірка»	Як застосовувати аналітичні процедури, тобто порівнювати показники й шукати незвичні відхилення; як відібрати частину операцій для перевірки, щоб зробити висновок про всю сукупність

Джерело: складено автором на основі [9; 12]

Особливе значення для аудиту електронної комерції має МСА 315, який посилив вимоги до розуміння аудитором ІТ-середовища суб'єкта господарювання та загальних засобів контролю інформаційних технологій. Аудитор має з'ясувати, які програми використовує підприємство, хто має до них доступ і як у них вносяться зміни. Стандарт наводить приклад двох магазинів, що продають взуття, один з них онлайн, а інший у торговій точці, хоча товар той самий, але ризики у них різні. В інтернет магазині дані проходять шлях від сайту через платіжні сервіси, маркетплейси та служби доставки до облікової програми, одна помилка в цьому ланцюжку може викривити багато операцій.

Отже, електронна комерція за своєю суттю залишається купівлею-продажем, але здійснюється дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем. Через це змінюються документальне оформлення операцій і коло їх учасників, а дані про операції формуються переважно в ІТ-системах. Національні стандарти обліку та податкові правила не враховують ці особливості повною мірою, тоді як міжнародні стандарти фінансової звітності та аудиту приділяють їм значно більше уваги.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ПРАКТИКИ ОБЛІКУ, ОПОДАТКУВАННЯ ТА АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства та аналіз його діяльності у сфері електронної комерції

Для організаційно-економічної характеристики підприємства та аналізу його діяльності у сфері електронної комерції обрано ТОВ «Розетка. УА». Цей вибір був зумовлений з наступних причин. По-перше, підприємство є одним з найбільших учасників ринку електронної комерції в Україні. По-друге, підприємство веде діяльність як інтернет магазин, купуючи товари у постачальників та продаючи їх через власний сайт або мобільний застосунок, і маркетплейс, надаючи змогу іншим продавцям продавати товари через власні інтернет ресурси. По-третє, підприємство належить до великих відповідно становить суспільний інтерес і згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» складає фінансову звітність за МСФЗ і веде бухгалтерський облік відповідно до облікової політики за МСФЗ.

Аналіз діяльності ТОВ «Розетка. УА» здійснено на основі оприлюдненої фінансової звітності підприємства за 2022–2024 рр., звітів незалежного аудитора та матеріалів довідкового центру продавця на вебсайті компанії [2; 27–29]. Загальну характеристику підприємства наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Загальна характеристика ТОВ «Розетка. УА»

Ознака	Характеристика
Код ЄДРПОУ	37193071
Дата реєстрації	24 червня 2010 р.
Власник	Теманія Ентерпрайзиз Лтд (Республіка Кіпр), частка 100 %

продовження табл. 2.1

Основна діяльність	Роздрібна торгівля товарами через вебсторінку rozetka.com.ua і мобільний застосунок; з 2016 р. – послуги маркетплейсу для сторонніх продавців
Основні види діяльності за КВЕД	46.19 «Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту», 47.19 «Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах», 47.91 «Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет», 63.11 «Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність», 63.12 «Веб-портали», 73.11 «Рекламні агентства» та ін.
Асортимент	Широкий асортимент: електроніка, комп’ютери, побутова техніка, дитячі товари, одяг і взуття, товари для дому тощо
Система оподаткування	Загальна; платник податку на прибуток і ПДВ
Середня кількість працівників	923 особи (2022 р.), 940 осіб (2024 р.)
Стандарти фінансової звітності	МСФЗ
Аудитор	ТОВ «Ернст енд Янг Аудиторські послуги»

Джерело: складено автором за даними [27; 29]

Крім згаданих раніше методів ведення діяльності як інтернет магазин і маркетплейс підприємство надає такі види послуг: рекламні оголошення, організація видачі відправлень, організація видачі відправлень з партнерськими службами, створення медіаконтенту для товару, підписка Smart, фулфілмент та програми лояльності «Бонусний рахунок».

Для оцінки масштабу діяльності компанії порівняємо дохід компанії з обсягом ринку. Згідно досліджень групи компаній EVO у 2024 році українці витратили на інтернет-покупки товарів і послуг 239 млрд грн [26]. А чистий дохід

від реалізації продукції ТОВ «Розетка. УА» за 2024р. становив 29,7 млрд грн, тобто 12,4% від обсягу ринку цього року, але це порівняння не є точним, бо оцінка ринку включає не тільки українських продавців, а й іноземних, а також чистий дохід від реалізації продукції не включає в себе вартість товарів, проданих сторонніми продавцями через «Розетку» як через маркетплейс. Сума комісій, одержаних за ці продажі є включеною до чистого доходу від реалізації, але не сама вартість продукції, тому доцільно констатувати, що у 2024 році на ТОВ «Розетка. УА» припадала набагато більша частка продажів на українському ринку електронної комерції ніж 12,4%. Детальніші дані стосовно фінансових результатів підприємства наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Основні фінансові результати ТОВ «Розетка. УА» за 2022–2024 рр., тис. грн

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Чистий дохід від реалізації продукції	18 388 104	25 463 875	29 742 571
у т. ч. дохід від реалізації товарів	17 332 356	24 058 682	27 911 885
у т. ч. дохід від реалізації послуг	1 055 748	1 405 193	1 830 686
Собівартість реалізованої продукції	14 838 253	20 799 912	23 675 556
Валовий прибуток	3 549 851	4 663 963	6 067 015
Витрати на збут	2 996 497	4 367 238	5 730 707
Адміністративні витрати	167 524	181 245	216 078
Фінансовий результат від операційної діяльності	169 710	78 267	78 222
Фінансовий результат до оподаткування	146 885	47 096	30 854
Витрати з податку на прибуток	27 823	35 079	14 549
Чистий фінансовий результат	119 062	12 017	16 305

Джерело: складено автором за даними [27–29]

Аналіз фінансової звітності ТОВ «Розетка. УА» за 2022–2024 рр. засвідчує позитивну динаміку чистого доходу від реалізації, який у 2024 році зріс на

61,7 % порівняно з 2022 роком. Така тенденція свідчить про збереження економічної активності підприємства та нарощування обсягів доходу навіть в умовах повномасштабної війни. Водночас під час оцінювання зазначеної динаміки необхідно враховувати вплив інфляційних процесів, які також могли зумовити збільшення номінальних показників доходу. Як видно із таблиці 2.2, основним джерелом доходу від реалізації підприємства залишається дохід від реалізації товарів протягом цих років він тримається на рівні 94%, причиною цього в першу чергу є те, що реалізація товарів приносить більше доходів, але відповідно несе більші витрати, ніж дохід за надання послуг, адже разом із собою несе собівартість від реалізації товарів. Окрім того, з даних, наведених у таблиці видно, що приріст доходу від реалізації товарів у 2024р. склав 16% у порівнянні з 38,8% у 2023р., причиною цього було різке падіння доходів у 2022р. через початок війни і відновлення у 2023р., у свою чергу динаміка 2023-2024рр. відображає більш сталий розвиток діяльності підприємства. Дохід від реалізації послуг, що відображає доходи від діяльності підприємства як маркетплейсу та надання супутніх послуг, у свою чергу хоча і складає меншу частку доходу від реалізації, але у собі не несе таку велику частку собівартості як реалізація товару. Приріст цього показника є набагато кращим порівняно з попереднім і складає 33,1% у 2023р. та 30,3% у 2024р., зберігаючи динаміку. Це пояснюється тим, що підприємство більше зосереджується на збільшенні частки діяльності маркетплейсу порівняно з інтернет магазином. Тенденцію до посилення ролі маркетплейсу в структурі діяльності Rozetka підтверджують висловлювання її співзасновника та співвласника Владислава Чечоткіна в інтерв'ю, опублікованому в березні 2026 року. За його словами, за кількістю реалізованих товарів маркетплейс уже переважає власну роздрібну торгівлю компанії, тоді як у грошовому вимірі більшу частку продажів поки забезпечує безпосередня реалізація товарів інтернет-магазином. Водночас В. Чечоткін прогнозує подальше зростання ролі маркетплейсу та припускає, що в перспективі співвідношення між двома напрямами діяльності може змінитися: частка маркетплейсу становитиме близько 70 %, а власної роздрібної торгівлі компанії

– 30 % [15]. Водночас із зростанням доходів і валового прибутку фінансовий результат від операційної діяльності зменшився у 2 рази у 2023р. та не показував змін у 2024р. Причиною цього стало сильне зростання витрат, основними з яких є витрати на збут, що зростали швидшими темпами, ніж валовий прибуток. Детальніше витрати розглянуто в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Структура витрат на збут ТОВ «Розетка. УА» за 2022–2024 рр.

Стаття витрат	2022 р., тис. грн	2023 р., тис. грн	2024 р., тис. грн	Частка у 2024 р., %
Маркетинг та реклама	558 627	1 170 673	1 733 545	30,3
Логістичні послуги, зберігання, послуги складу	1 020 471	979 251	1 202 825	21,0
Транспортні витрати	425 805	536 477	675 581	11,8
Заробітна плата та пов’язані нарахування	259 781	508 707	619 388	10,8
Доступ до онлайн-платформи	197 566	286 145	369 300	6,4
Послуги з організації торгівлі	124 108	288 444	363 203	6,3
Підтримка сайту	170 263	252 616	324 183	5,7
Винагорода за переказ грошових коштів	75 091	126 963	139 066	2,4
Банківські комісії та витрати	66 336	88 185	133 681	2,3
Інші (контакт-центр, роялті, IT-послуги, бази даних, амортизація тощо)	98 449	129 777	169 935	3,0
Разом	2 996 497	4 367 238	5 730 707	

Джерело: складено автором за даними [27–29]

Найбільшу частку у структурі витрат на збут становлять витрати на маркетинг і рекламу, які водночас характеризуються найвищими темпами зростання серед інших складових цієї категорії витрат. У 2024 році їхня питома вага становила 30,3 %. Збільшення зазначених витрат пов’язане з поступовим

відновленням ділової активності після 2022 року, а також особливостями бізнес-моделі підприємства, у якій реклама відіграє важливу роль у залученні нових клієнтів і стимулюванні продажів. Крім того, як зазначив співзасновник Rozetka В. Чечоткін, посилення конкуренції на ринку електронної комерції спричиняє зростання вартості рекламних послуг, що додатково впливає на обсяг відповідних витрат [15]. Також на цю статтю витрат вплинуло зростання долара, адже одними із основних надавачів рекламних послуг у інтернеті є іноземні компанії, такі як Google, що приймають оплату у валюті. Наступними за часткою у витратах на збут є витрати на логістичні послуги, послуги зберігання та інші послуги складу (21%), транспортні витрати (11,8%), заробітна плата та пов'язані із нею нарахування (10,8%). Разом вони складають 43,6% витрат на збут і за своєю сутністю не відрізняються від витрат інших підприємств, хоча частка витрат на склад і транспортні витрати більша ніж, у звичайних виробничих підприємств, адже торговим залом інтернет-магазину є вебсайт, а всі товари зберігаються на складах і для їх відправлення клієнту підприємство також витрачає значні кошти. Окрему групу статей складають специфічні витрати саме для електронної комерції. До них належать:

- Доступ до онлайн-платформи – це плата компанії групи, до якої належить «Розетка.УА», бо користується сайтом і платить за це. З 2022р. зросла на 86,9% і у 2024р. складає 6,4% витрат на збут.
- Підтримка сайту – це підтримка роботи сайту та мобільного застосунку, оплата за роботу серверів та хостингу. З 2022р. зросла на 90,4% і у 2024р. складає 5,7% витрат на збут.
- Винагорода за переказ грошових коштів – це комісії платіжних сервісів і банків-еквайрів за прийняття оплати карткою на вебсайті, а також комісії служб доставки за переказ післяплати продавцю. З 2022р. зросла на 85,2% і у 2024р. складає 2,4% витрат на збут.
- Роялті – це плата за користування торговою маркою ROZETKA компанії групи, якій належить торговельна марка. З 2022р. зросла на 108% і у 2024р. становила 40,8 млн грн, що складає 0,7% витрат на збут.

Крім цих статей витрат ще частково пов’язаними, але не повністю розкритими у звітності є послуги з організації торгівлі, що у 2024р. складали 6,3% від витрат на збут і з 2022р. зросли у 2,9 раза. Усю зазначену суму підприємство сплачує компаніям своєї групи, імовірно, за роботу точок видачі замовлень.

Отже, ТОВ «Розетка.УА» – це великий суб’єкт електронної комерції, який швидко нарощує дохід, але працює з дуже низькою рентабельністю. Незважаючи на зростання валового прибутку, фінансовий результат від операційної діяльності і чистий фінансовий результат значно зменшились порівняно з 2022 роком і не показують такого ж зростання, як дохід. Головною причиною є витрати на збут, які зростали швидше за прибуток, основними з яких є витрати на маркетинг та рекламу. На чистий прибуток також вплинули війна і податок на прибуток, який у 2023-2024рр. був непропорційно великим через неможливість податково підтвердити втрати товарів на окупованих територіях.

2.2 Аналіз організації бухгалтерського обліку та дотримання податкових вимог під час здійснення електронних операцій

Згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» ТОВ «Розетка. УА» відноситься до великих підприємств за всіма трьома пунктами, наведеними у статті 2 цього закону, тобто на дату складання річної звітності балансова вартість активів складала понад 20 млн євро, чистий дохід від реалізації продукції склав понад 40 млн євро і чисельність працівників була понад 250 осіб. Тому підприємство складає фінансову звітність згідно з МСФЗ і веде бухгалтерський облік відповідно до облікової політики за МСФЗ. Інформацію про чисельність штату бухгалтерського відділу ніде не зазначено, але можна припустити, що він невеликий, адже підприємство у своїх фінансових звітах має статтю витрат на бухгалтерські послуги у розмірі 29,4 млн грн за 2024р. і вони відносяться до витрат, пов’язаних з іншими сторонами, тобто ТОВ «Розетка.УА» користується послугами сторонньої компанії, яка надає бухгалтерські послуги.

До основних особливостей обліку операцій електронної комерції належать момент визнання доходу при дистанційному продажі товарів, роль маркетплейсу як принципала чи агента, облік повернень товарів, бонусних програм і передоплат. Підходи ТОВ «Розетка. УА» до цих питань розкрито в примітках до фінансової звітності, зокрема в примітці 4 «Істотні бухгалтерські оцінки та судження при застосуванні облікової політики» та примітці 5 «Суттєва інформація про облікові політики». Положення облікової політики підприємства щодо операцій електронної комерції наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Облікова політика ТОВ «Розетка. УА» щодо операцій електронної комерції

Питання	**Положення облікової політики компанії зі звітності**	**Відповідна норма МСФЗ**
Момент визнання доходу від продажу товарів	Дата фізичного отримання товару покупцем, коли до нього переходить контроль	МСФЗ 15, п. 38
Роль компанії в договорі	Принципал щодо власних товарів і доставки; щодо продажів інших продавців – агент, дохід визнається в сумі винагороди	МСФЗ 15, п. Б34–Б38
Повернення товарів	Зобов’язання щодо повернення й актив щодо права на повернення, оцінені за історичними даними	МСФЗ 15, п. Б20–Б27
Програма лояльності	Бонусні бали – окреме зобов’язання щодо виконання, на нього розподіляється частина ціни	МСФЗ 15, п. Б39–Б43
Знижки покупцям	Змінна компенсація, враховується в ціні операції	МСФЗ 15, п. 50–59
Оплата до отримання товару покупцем	Отримана передоплата обліковується як договірне зобов'язання	МСФЗ 15, п. 106
Послуги (маркетплейс, реклама та ін.)	Дохід визнається в тому періоді, коли послугу надано	МСФЗ 15, п. 31–35

продовження табл. 2.4

Запаси	Метод ФІФО; оцінка за меншою з двох величин: собівартістю або чистою вартістю реалізації	МСБО 2, п. 9, 25

Джерело: складено автором за даними [29, с. 11–21; 11; 10]

Важливим аспектом аналізу діяльності підприємства у сфері електронної комерції є оцінювання його податкових показників, зокрема щодо оподаткування прибутку та виконання зобов'язань із податку на додану вартість. Для визначення особливостей їх формування та змін упродовж досліджуваного періоду в таблиці 2.5 наведено основні податкові показники ТОВ «Розетка. УА» за 2022–2024 рр.

Таблиця 2.5

Податкові показники ТОВ «Розетка. УА» за 2022–2024 рр., тис. грн

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Прибуток до оподаткування	146 885	47 096	30 854
Податок за ставкою 18 %	26 439	8 477	5 554
Фактичні витрати з податку на прибуток	27 823	35 079	14 549
у т. ч. поточний податок	37 735	27 763	23 167
відстрочений податок	–9 912	7 316	–8 618
Ефективна ставка податку на прибуток, %	18,9	74,5	47,2
Заборгованість з ПДВ на кінець року	н/д	48 621	148 306
Штрафи та пені	193	296	2 215

Джерело: складено автором за даними [27–29]

Підприємство здійснює діяльність на загальній системі оподаткування, тобто сплачує податок на прибуток за ставкою 18%. Але як видно з даних наведених у таблиці 2.5 з 2023-2024рр. фактичні витрати з податку на прибуток значно більші ніж 18% від прибутку до оподаткування. Основною причиною цього є невизнані відстрочені податкові активи, тобто компанія визнала ці

витрати у своєму бухгалтерському обліку, але немає можливості їх підтвердити. Підприємство списало ці витрати в обліку, основною сумою з них є втрачені товари на тимчасово окупованих територіях, але для того, щоб ці витрати зменшили прибуток до оподаткування, потрібні документи, доступу до яких наразі нема. Тому в майбутньому компанія розраховує зменшити свої податкові зобов'язання використовуючи невизнані відстрочені активи.

Головним податком, що ТОВ «Розетка. УА» сплачує – ПДВ. Оскільки об'єм продажів підприємства є дуже великим і діяльність здійснюється в онлайн-форматі, інформація щодо замовлень та нарахування ПДВ розраховується автоматично, що збільшує ефективність здійснення обліку і мінімізує можливість помилок. Податкові накладні також складаються лише в електронній формі та реєструються в Єдиному реєстрі податкових накладних, тому будь-яка помилка в даних системи одразу впливає на ПДВ. У 2024р. підприємство списало як інші операційні витрати 17,4 млн грн ПДВ, бо частина постачальників не зареєструвала свої податкові накладні. Тобто підприємство недонарахувало податковий кредит, через що сума ПДВ до оплати була більшою. Додатковим чинником збільшення податкових зобов'язань підприємства стало донарахування ПДВ у розмірі 12,8 млн грн. Це пов'язано із застосуванням знижок і бонусних програм, які зменшують кінцеву вартість товарів для покупців. Унаслідок цього в окремих випадках ціна реалізації товарів може бути нижчою за ціну їх придбання. Відповідно до пункту 188.1 Податкового кодексу України база оподаткування ПДВ за операціями з постачання придбаних товарів не може бути нижчою за ціну їх придбання. Таким чином, у разі продажу товарів за нижчою ціною підприємство зобов'язане додатково нарахувати ПДВ на різницю між ціною придбання та фактичною ціною реалізації. Разом ці втрати становили 30,2 млн грн. Вони показують, що для підприємства електронної комерції важливо контролювати реєстрацію податкових накладних постачальниками і враховувати податкові наслідки знижок і бонусів ще під час встановлення цін.

Отже, облік ТОВ «Розетка. УА» організовано на основі МСФЗ і облікова політика враховує основні особливості електронної комерції. Водночас дотримання податкових вимог супроводжується помітними витратами, такими як: зменшення податкового кредиту через недобросовісних постачальників, ПДВ з продажів нижче собівартості.

2.3 Оцінка системи внутрішнього контролю та практики аудиту операцій електронної комерції

Контроль у сфері електронної комерції здійснюється на кількох рівнях. На рівні підприємства до них належать внутрішній контроль і незалежний аудит. За систему внутрішнього контролю ТОВ «Розетка. УА» відповідає управлінський персонал, а нагляд за процесом фінансового звітування здійснює аудиторський комітет, створення якого обов'язкове для підприємств, що становлять суспільний інтерес. Окремого опису системи внутрішнього контролю у відкритій звітності підприємства немає, тому її оцінку здійснено на основі оприлюднених даних за п'ятьма компонентами, визначеними в МСА 315 [9].

Середовище контролю на підприємстві є сформованим. Крім діяльності аудиторського комітету, у звіті про управління згадано антикорупційні заходи, контроль вибору контрагентів і витрат, а також навчання персоналу, зокрема через власний освітній портал. Середовище контролю значною мірою залежить і від групи, до якої належить ТОВ «Розетка. УА»: материнська компанія також здійснює внутрішній контроль, стежить за розрахунками між пов'язаними сторонами і керує їх ліквідністю.

Процес оцінки ризиків у звіті про управління описано загально. Основними ризиками названо війну, стан економіки та трудову еміграцію, тобто ризики, спільні для більшості підприємств в Україні. Окремо розкрито податкові ризики та припущення, на яких ґрунтуються прогнози щодо безперервності діяльності. Натомість ризики, характерні саме для електронної комерції, як-от збої ІТ-систем, залежність від посередників чи помилки в оцінці повернень, окремо не описано.

Процес моніторингу системи внутрішнього контролю суб’єкта господарювання діє, хоча і не завжди своєчасно. У 2024р. підприємство саме виявило, що договір суборенди раніше помилково обліковували як операційну оренду, хоча це фінансова оренда. Сума цієї помилки становила 10 млн грн. Отже, помилку знайшли, але не в тому періоді, у якому її допустили.

Інформаційна система та обмін інформацією є найважливішим із п'яти компонентів для електронної комерції, адже всі операції здійснюються й обліковуються з використанням інформаційних систем. Без них за такого масштабу неможливі ні сама діяльність, ні контроль за нею. Саме тому МСА 315 вимагає від аудитора розуміння ІТ-середовища підприємства: в інтернет-магазині та маркетплейсі дані проходять шлях від сайту через платіжні сервіси та служби доставки до облікової системи. Безперебійна діяльність ТОВ «Розетка. УА» значною мірою залежить від роботи ІТ-інфраструктури. При цьому онлайн-платформа належить компанії групи, а бухгалтерські послуги надає пов'язана сторона. Таким чином, можна припустити, що окремі дані, необхідні для ведення бухгалтерського обліку, формуються не безпосередньо в інформаційних системах досліджуваного підприємства, а в системах, пов’язаних із ним компаній. Як саме контролюються ці системи, у звітності не розкрито, тому оцінити такий контроль за відкритими даними неможливо.

В електронній комерції більшість операцій проходить з використанням ІТ-систем, тому у цій сфері автоматизовані заходи контролю є основними. Для ТОВ «Розетка. УА» найважливішим є контроль даних про виконання замовлень, адже дохід від онлайн-продажу визнається лише після отримання товару покупцем. Контроль щодо цих даних протестував аудитор, він також порівняв на вибірці дату передачі товару з датою визнання доходу. У розрахунках маркетплейсу із продавцями контроль вбудовано в ІТ-систему, тобто комісія списується автоматично, коли замовлення отримує статус «Замовлення виконано», а дані щомісяця звіряються за звітом про реалізовані товари за електронними актами. Ці системи стараються створювати і реалізовувати так, щоб вони запобігали

виникненню помилок, що є найкращим заходом контролю, але разом із тим, вимагає глибокого розуміння процесів, що відбуваються на підприємстві.

Отже, система внутрішнього контролю ТОВ «Розетка. УА» є сформованою і поєднує нагляд на рівні підприємства та групи. За фінансовим звітуванням наглядає аудиторський комітет, а материнська компанія стежить за розрахунками пов'язаних сторін і їх ліквідністю. В онлайн-продажах контроль значною мірою автоматизований: облік базується на даних про виконання замовлень, а розрахунки з продавцями маркетплейсу щомісяця звіряються. Найбільш вразливим компонентом є інформаційна система, адже діяльність підприємства залежить від критичної IT-інфраструктури.

ТОВ «Розетка. УА», як підприємство, що становить суспільний інтерес, проходить обов'язковий аудит. Звітність за 2024р. перевірило ТОВ «Ернст енд Янг Аудиторські послуги» [29]. Аудитор висловив немодифіковану думку стосовно звітності підприємства, тобто визнав звітність достовірною у всіх суттєвих аспектах. Також він наголошує на суттєвій невизначеності, що стосується безперервності діяльності через воєнні дії з боку російської федерації.

Єдиним ключовим питанням аудиту, крім безперервності діяльності, є визнання доходу від реалізації. Причинами для цього аудитор навів суттєву суму доходу, велику кількість операцій та застосування управлінських суджень при визначенні зобов'язань щодо виконання, періоду визнання доходу та визначенні того, чи є компанія принципалом чи агентом за договорами продажу. Усі ці причини напряму випливають із особливостей електронної комерції.

Процедури, які здійснював аудитор, відповідають причинам, наведеним раніше. Він проаналізував облікову політику на відповідність МСФЗ 15 і протестував контроль щодо даних, які використовуються для визнання доходу. Аудитор вивчив умови договорів, щоб визначити момент переходу контролю над товаром і роль підприємства як принципала чи агента. Для онлайн-торгівлі найважливішою є вибіркова перевірка продажів наприкінці року і відразу після нього. Особливу увагу слід приділяти операціям на межі звітних періодів,

оскільки передчасне визнання доходу за оплаченими замовленнями, щодо яких контроль над товарами ще не перейшов до покупців, може призвести до викривлення показників фінансової звітності. Також аудитор виконав помісячний аналіз доходу і маржі, щоб виявити незвичайні коливання.

Таким чином, система внутрішнього контролю ТОВ «Розетка. УА» та практика її аудиту відображають особливості електронної комерції. Оскільки операції проходять через ІТ-системи, а частину систем і послуг забезпечують пов’язані компанії, контроль ґрунтується насамперед на дані про замовлення, оплати та виконання операцій. Отже, контроль і аудит в електронній комерції повністю залежні від використання інформаційних технологій, як і сама діяльність підприємства.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АУДИТУ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

3.1 Удосконалення методики ризик-орієнтованого аудиту операцій електронної комерції

У аудиті підприємств електронної комерції ключовим питанням зазвичай є визнання доходу. Щоб перевірити, чи дохід віднесено до правильного періоду, аудитор, як правило, вибірково порівнює дату передачі товару покупцю з датою визнання доходу за операціями наприкінці року та відразу після нього. Для інтернет-магазину чи маркетплейсу можливості вибіркової перевірки обмежені, адже такі підприємства щодня обробляють дуже велику кількість операцій. Так, за словами власників одного з найбільших українських маркетплейсів, навіть у найважчі дні компанія отримує приблизно 50–60 тис. замовлень, а в найкращі тижні – до 300 тис. замовлень на день [15]. Тому будь-яка вибірка охоплює лише незначну частину таких операцій.

Водночас великі підприємства у сфері електронної комерції наразі зберігають всю інформацію про замовлення, оплати та доставки в електронному форматі, адже без цього вони не змогли б виконувати такі великі обсяги замовлень. Цю ж інформацію можна використати і під час аудиту, тобто якщо операції вже існують у цифровому форматі, то їх аналіз можна автоматизувати і перевіряти не вибірку, а всю сукупність операцій. Але для цього дані мають бути повними і мати однаковий формат, і саме таку роль в Україні може виконувати стандартний аудиторський файл SAF-T UA.

SAF-T (Standard Audit File for Tax) – це стандарт електронного файлу з обліковими даними, який розробила Організація економічного співробітництва та розвитку, друга версія якого вийшла у 2010 році [32]. Саме друга версія залишається чинною основою, на якій країни розробляють власні національні варіанти стандарту. Суть стандарту в тому, що підприємство вивантажує зі своєї

облікової програми всі дані за період в один XML-файл, який має однакову структуру для всіх підприємств. До нього входять довідники (план рахунків, контрагенти, товари), всі бухгалтерські проводки, первинні документи, тобто рахунки на продаж і купівлю, платежі, рух запасів, а також податкові різниці [5]. В Україні SAF-T UA запровадили наказом Міністерства фінансів від 15.09.2020 № 561 [22]. Згідно з п. 85.2 ст. 85 Податкового кодексу великий платник податків на запит податкової під час документальної перевірки має надати такі дані не пізніше двох робочих днів [17].

Від 1 січня 2026 року Державна податкова служба використовує цей файл у системі електронного аудиту, яка має назву Е-аудит. Це цифровий інструмент податкового контролю, тобто замість десятків окремих документів платник подає один файл, а програма автоматично перевіряє структуру, логічну узгодженість і повноту даних бухгалтерського обліку, застосовує аналітичні тести і показує ризики та розбіжності, які потребують додаткового аналізу [3]. Отже, податковий контроль великих платників вже переходить від вибіркового розгляду документів до автоматичної обробки всіх облікових даних, що скорочує час на аналіз інформації і зменшує вплив «людського фактора» під час перевірок.

Тут виникає питання, чи потрібен взагалі ризик-орієнтований підхід, якщо програма може перевірити всі операції, адже вона не має такого обмеження в часі та робочих ресурсах, як сам аудитор. Насправді ризик-орієнтований підхід не зникає, а змінює свою роль. Раніше оцінка ризиків визначала, які операції і скільки відібрати для перевірки, а тепер вона визначає, які алгоритми і тести потрібно налаштувати для аналізу всіх даних. До прикладу, якщо головний ризик – це віднесення доходу до неправильного періоду, то програма має зіставити дату оплати і дату отримання товару для кожного замовлення наприкінці року. Тобто робота аудитора зміщується з ручної перевірки документів на розробку тестів, оцінку надійності даних і аналіз відхилень.

Наразі Е-аудит працює з великими обмеженнями. Перед запуском тривав пілотний проєкт, під час якого ДПС отримала понад 900 файлів, а сховище даних,

потрібне для повноцінної роботи системи, заплановано лише на 2028 рік [16, с. 40]. Законопроєкт № 6255, який пропонував щорічне подання файлу великими платниками з 2025 року і всіма платниками ПДВ з 2027 року, у липні 2025 року відкликали [1]. Тому файл і далі подають лише великі платники податків і лише на запит під час перевірки. Для порівняння, у Румунії SAF-T запроваджували поступово: для великих платників з 2022 року, для середніх з 2023 року і для малих з 2025 року, і подають його регулярно разом зі звітністю з ПДВ [35]. Тому можна припустити, що з розвитком інфраструктури і в Україні Е-аудит з часом поширять на набагато ширше коло платників податків.

Також стандартний формат SAF-T UA можна використовувати не тільки для податкового контролю, а і в незалежному аудиті фінансової звітності. Великий платник уже має програму, яка формує цей файл, тому він може передати такий самий файл і своєму аудитору. Для аудиторської фірми це означає, що дані всіх клієнтів матимуть однаковий формат, а аналітичні тести, налаштовані один раз, можна буде використовувати для різних клієнтів. Якщо ДПС застосовує загальні тести для податкового контролю, то аудиторські фірми зможуть більше зосередитись на програмах для детальнішої перевірки окремих сфер діяльності, зокрема електронної комерції. Оскільки автоматичний аналіз потребує менше ресурсів, частину процедур аудитор зможе виконувати протягом року, тобто помилки в обліку будуть виявлятись раніше і підприємство встигне їх виправити ще до складання річної звітності.

Використання цього файлу має свої обмеження. Файл формує сам клієнт, тому аудитор має оцінити його повноту і точність. Також файл показує лише те, що є в обліку, тобто якщо продаж не потрапив до облікової системи, то у файлі його теж не буде, тому повноту доходу треба перевіряти ще й за даними платіжних сервісів і служб доставки. Також варто звернути увагу на те, що SAF-T UA є загальним стандартом, однаковим для підприємств усіх сфер діяльності, і створювався він насамперед для податкового контролю. Тому дані, які є найважливішими саме для електронної комерції, у ньому або взагалі не

передбачені, або є необов'язковими і кожне підприємство заповнює їх по-своєму [25]. Тобто аудитор, отримавши файл від інтернет-магазину чи маркетплейсу, не завжди зможе простежити шлях замовлення від оформлення до отримання товару покупцем, повернення товарів, рух бонусів чи комісії посередників, а файли різних підприємств буде важко порівняти між собою. На нашу думку, варто розробити окрему версію стандарту для електронної комерції, яка доповнить базовий SAF-T UA даними, характерними саме для цієї сфери. Така версія має визначати не те, як компанія організовує продаж, а тільки які дані про операцію вона має зберігати і в якому вигляді, адже в електронній комерції компанії працюють по-різному і це є одним із факторів, що забезпечує конкуренцію між ними. До прикладу, для бонусної програми: скільки бонусів нараховано, скільки використано і скільки згоріло, а як саме працює програма лояльності, компанія вирішує сама. Такий принцип уже закладено в SAF-T, адже OECP задає базову схему, а кожна країна доповнює її своїми елементами, тому так само можна доповнити і національний стандарт для окремої галузі. Завдяки цьому аудитори отримуватимуть дані про операції електронної комерції в однаковому і повному вигляді, що дозволить їм налаштовувати однакові тести для різних клієнтів і робити набагато точніший аналіз ризиків, притаманних саме цій сфері. Окремо необхідно забезпечити безпеку даних, тобто інформацію про покупців – фізичних осіб аудитор має отримувати у знеособленому вигляді.

Такі зміни будуть корисні для всіх сторін. Аудитор зможе перевіряти всі операції, а не вибірку, витрачатиме менше часу на узгодження формату даних з кожним клієнтом і робитиме висновок на основі фактичної суми відхилень. Використання стандартизованого формату даних дасть підприємству змогу своєчасно виявляти недоліки в організації бухгалтерського обліку та системі внутрішнього контролю. Водночас сформований файл можна буде використовувати для надання інформації податковим органам, а його розширену версію – для проведення аудиторських процедур. Для Державної податкової служби отримання інформації в уніфікованому форматі створить передумови для автоматизованого аналізу даних та вдосконалення ризик-орієнтованого відбору

платників податків для проведення перевірок, що узгоджується із завданнями Плану цифрового розвитку ДПС. У перспективі на основі накопичених стандартизованих даних можна буде навчити моделі штучного інтелекту, які підказуватимуть аудитору нетипові операції, але рішення все одно має ухвалювати аудитор, а навчати модель можна тільки на знеособлених даних. Водночас перший рік роботи за такою методикою потребуватиме витрат на налаштування програм і навчання персоналу, а розширення стандарту потребуватиме змін до нормативних актів Мінфіну і ДПС.

Отже, Україна вже має технічну основу для аналізу всіх облікових даних – це стандарт SAF-T UA і система Е-аудит, але наразі вона охоплює лише великих платників, працює тільки на запит і не враховує особливостей електронної комерції. Тому удосконалення методики ризик-орієнтованого аудиту, на нашу думку, полягає в тому, щоб використовувати цей стандарт і в незалежному аудиті, доповнити його даними про операції електронної комерції і поступово поширити на ширше коло платників. Оцінка ризиків при цьому залишається основою аудиту, але визначає вже не обсяг вибірки, а набір тестів для аналізу всіх даних, тобто аналіз усієї сукупності операцій не замінює професійного судження аудитора, а дає йому повнішу основу для висновку.

3.2 Оптимізація облікових процесів та вдосконалення податкового контролю

Однією із проблем облікових процесів в електронній комерції є розрахунки з посередниками. Між оплатою покупця і зарахуванням коштів на рахунок підприємства завжди є розрив у часі і в сумі. Якщо звіти посередників звіряються з обліком тільки під час закриття місяця, то кошти в дорозі, комісії і повернення покупцям потрапляють в облік із запізненням. GoBD вимагають, щоб у системі обробки даних діяла внутрішня система контролю [31], тому для електронної комерції таким контролем має бути щоденна автоматична звірка звітів платіжних сервісів, перевізників і маркетплейсів з обліком за номером замовлення, а розбіжності мають одразу передаватися бухгалтеру на розгляд. Також для цього

зручно вести окремі аналітичні рахунки за кожним посередником, тобто окремо для кожного платіжного сервісу, перевізника і маркетплейсу.

Іншою проблемою є податкові втрати, які виявляються тільки після закриття періоду. Тут корисним є досвід Нідерландів, де великі компанії будують внутрішню систему контролю податкових ризиків (Tax Control Framework), тобто самі визначають свої податкові ризики, встановлюють на них заходи контролю і документують їх. OECP у 2016 році видала рекомендації, як будувати таку систему [30]. Для підприємства електронної комерції в Україні така система може перевіряти, чи зареєстрував постачальник податкову накладну, ще до оплати тієї частини ціни, що відповідає ПДВ, адже без реєстрації накладної підприємство не отримає податковий кредит. Також система може автоматично сигналізувати, коли товар зі знижками і бонусами продається нижче ціни придбання, бо тоді за ПКУ виникає додатковий ПДВ [17], і контролювати нарахування ПДВ з передоплат покупців за правилом першої події. Тобто втрати, які зараз виявляються тільки в кінці періоду, можна буде попередити ще під час самої операції.

Обидва ці заходи підприємство може запровадити самостійно, без змін у законодавстві. Вони не потребують нових облікових програм, а лише налаштування автоматичної звірки і контролю в IT-системах, які вже використовуються, і чіткого розподілу відповідальності між працівниками.

Щодо податкового контролю, то в Україні він уже значною мірою цифровий. Податкові накладні реєструються в Єдиному реєстрі податкових накладних, розрахунки з покупцями фіксуються через ПРРО, з 2026 року працює Е-аудит на основі SAF-T UA, а ДПС запроваджує автоматизовану систему управління податковими ризиками [16]. Проте SAF-T UA подають лише великі платники і лише на запит під час документальної перевірки, тобто податкова отримує облікові дані вже тоді, коли перевірка почалася, а більшість продавців в інтернеті під ці вимоги взагалі не підпадає.

У Польщі з 2020 року всі платники ПДВ щомісяця подають записи обліку ПДВ разом із декларацією [34], а в Румунії SAF-T з 2022 по 2025 рік поетапно запровадили спочатку для великих, потім для середніх і малих платників [35]. Тобто податкова служба отримує дані регулярно і може аналізувати їх ще до перевірки. Щодо ПДВ українська податкова і так отримує багато даних через Єдиний реєстр податкових накладних і щомісячні декларації, тому регулярний SAF-T UA потрібен насамперед для того, щоб бачити весь облік, тобто доходи, витрати і розрахунки. Запроваджувати його доцільно так само поступово, як у Румунії, починаючи з великих платників і поширюючи на платників ПДВ із великим обсягом онлайн-продажів.

Для великих платників, які мають надійну систему контролю податкових ризиків, можна використати ще один нідерландський інструмент, а саме горизонтальний моніторинг. Там компанії укладають угоду з податковою службою, заздалегідь розкривають спірні питання, а вона, в свою чергу, оцінює їхню систему контролю і рідше проводить перевірки. З 2023 року компанії ще й самі перевіряють роботу своєї системи і діляться результатами з податковою службою [33]. Для великих платників податків, які формують файли SAF-T UA та мають систему контролю податкових ризиків, доцільним є впровадження такого механізму на постійній основі, що може сприяти скороченню кількості перевірок і запобіганню виникненню розбіжностей із контролюючими органами.

Оптимізація облікових процесів і вдосконалення податкового контролю тісно пов’язані між собою. Автоматизований контроль з боку держави можливий лише тоді, коли облікові дані підприємства повні, структуровані і зрозумілі. Якщо підприємство щодня звіряє дані посередників з обліком і контролює податкові ризики ще під час операції, то його облікові дані будуть повними і узгодженими, тому йому набагато простіше сформувати правильний файл SAF-T UA, а в разі регулярного подання цього файлу і пояснити податковій будь-які розбіжності. Тобто якісний облік зменшує податкові ризики самого підприємства. Водночас і вдосконалення податкового контролю стимулює підприємства покращувати

облік, адже коли податкова служба регулярно отримує дані і бачить розбіжності, то підприємству вигідніше самому виявляти помилки раніше. А система контролю податкових ризиків, яку підприємство будує для себе, стає основою для співпраці з податковою в межах горизонтального моніторингу. Крім того, стандартизовані дані можуть використовуватися незалежним аудитором під час проведення аудиторських процедур. Таким чином, застосування єдиного формату структурування інформації забезпечує можливість її використання для потреб бухгалтерського обліку, незалежного аудиту та податкового контролю.

Отже, зарубіжний досвід показує, що оптимізація облікових процесів в електронній комерції полягає насамперед у тому, щоб щодня автоматично звіряти дані посередників з обліком і контролювати податкові ризики ще під час операції, і все це підприємство може запровадити самостійно. А вдосконалення податкового контролю потребує рішень держави, тобто поступового запровадження регулярного подання SAF-T UA, а для сумлінних великих платників ще й горизонтального моніторингу. Ці кроки доповнюють те, що вже передбачає План цифрового розвитку ДПС, тобто розвиток Е-аудиту і автоматизованої системи управління податковими ризиками, тому зарубіжний досвід показує, в якому напрямку цей розвиток варто продовжити.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження узагальнено теоретичні та нормативно-правові засади обліку, контролю, аудиту й оподаткування операцій електронної комерції, проаналізовано практику їх застосування на прикладі ТОВ «Розетка. УА» та обґрунтовано практичні рекомендації щодо вдосконалення облікових процесів, ризик-орієнтованого аудиту й податкового контролю, спрямовані на підвищення достовірності облікової інформації, ефективності контрольних процедур і зниження податкових ризиків. За результатами дослідження сформульовано такі висновки:

1. Електронна комерція за своєю суттю залишається купівлею-продажем, але здійснюється дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем. Через це змінюється документальне оформлення операцій і коло їх учасників, адже крім продавця і покупця в кожній операції беруть участь посередники, тобто платіжні сервіси, служби доставки і маркетплейси. Саме від них залежить, коли надходять кошти і коли товар фактично отримує покупець. Тому для обліку і аудиту важлива не стільки сама операція, скільки її наслідки, тобто які документи з’являються, коли визнається дохід і хто бере участь в операції.

2. Особливості обліку в електронній комерції пов’язані насамперед з визнанням доходу. Дохід від дистанційного продажу визнається тоді, коли товар отримує покупець, а не в момент оплати, маркетплейс щодо продажів інших продавців визнає дохід лише в сумі своєї комісії, а повернення товарів, бонусні програми і передоплати потребують визнання окремих зобов’язань. Окремих правил обліку саме для електронної комерції в Україні немає. Порівняння НП(С)БО 15 і МСФЗ 15 показало, що міжнародний стандарт набагато краще пристосований до онлайн-продажів, адже окремо регулює продаж з правом повернення, роль принципала чи агента і програми лояльності, тоді як національний стандарт цих питань детально не розглядає.

3. Оподаткування електронної комерції відбувається за загальними правилами Податкового кодексу, але має свої складнощі. Найбільші з них

пов’язані з правилом першої події з ПДВ, через яке податкове зобов’язання при передоплаті виникає раніше, ніж дохід, і навіть за товар, від якого покупець потім відмовився. Аналіз діяльності досліджуваного підприємства показав, що великий обсяг операцій супроводжується помітними податковими втратами, а саме втратою податкового кредиту через постачальників, які не реєструють податкові накладні, донарахуванням ПДВ при продажу товарів зі знижками і бонусами нижче ціни придбання, а також податком на прибуток, ефективна ставка якого через неможливість податково підтвердити окремі витрати у 2023 році сягала 74,5 %.

4. Контроль у сфері електронної комерції здійснюється на трьох рівнях, тобто внутрішній контроль, незалежний аудит і податковий контроль, і на кожному з них основну роль відіграють дані ІТ-систем. Внутрішній контроль в електронній комерції значною мірою автоматизований, а найбільш вразливим його компонентом є інформаційна система, адже облік спирається на дані сайту, платіжних сервісів і служб доставки, частину з яких можуть обслуговувати пов’язані компанії. Податковий контроль в Україні вже значною мірою цифровий, адже діють Єдиний реєстр податкових накладних, ПРРО, а з 2026 року і Е-аудит на основі SAF-T UA.

5. Аудит підприємств електронної комерції має свої особливості. Ключовим питанням аудиту є визнання доходу через велику кількість операцій і застосування суджень щодо моменту визнання доходу та ролі принципала чи агента. Згідно з МСА 315 аудитор має зрозуміти ІТ-середовище підприємства і шлях даних від сайту до звітності. Водночас межу періодів аудитор зазвичай перевіряє вибірково, а для підприємства, яке обробляє десятки і сотні тисяч замовлень на день, така вибірка охоплює лише дуже малу частину операцій.

6. Удосконалення методики ризик-орієнтованого аудиту операцій електронної комерції запропоновано здійснювати на основі стандартного аудиторського файлу SAF-T UA, який наразі ДПС отримує лише від великих платників і лише на запит під час документальної перевірки. Цей файл можуть використовувати і аудиторські фірми, щоб аналізувати не вибірку, а всю

сукупність операцій, при цьому ризик-орієнтований підхід не зникає, а визначає, які тести і алгоритми треба налаштувати для аналізу всіх даних. Оскільки дані, найважливіші для електронної комерції, у схемі SAF-T UA або не передбачені, або є необов'язковими, запропоновано розробити окрему версію стандарту для електронної комерції, яка визначатиме, які дані про операцію треба зберігати, не обмежуючи компанії в організації продажу.

7. Для оптимізації облікових процесів на основі зарубіжного досвіду запропоновано щоденну автоматичну звірку звітів платіжних сервісів, перевізників і маркетплейсів з обліком, як цього вимагають німецькі принципи GoBD щодо внутрішньої системи контролю, та внутрішню систему контролю податкових ризиків за прикладом Нідерландів, яка дозволить попереджати втрату податкового кредиту і додатковий ПДВ ще під час операції. Для вдосконалення податкового контролю запропоновано поступово запровадити регулярне подання SAF-T UA, як це зробили Польща і Румунія, а для великих платників із надійною системою контролю податкових ризиків – горизонтальний моніторинг. Ці напрями взаємопов'язані, адже якісний облік спрощує і податковий контроль, і аудит, а регулярний податковий контроль стимулює підприємства покращувати облік.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Верхогляд В. SAF-T UA для платників ПДВ: чи буде обов’язковим у 2027 році та що відомо зараз. 7eminar. 2025. 12 груд. URL: https://7eminar.ua/news/15253-saf-t-ua-dlya-platnikiv-pdv-ci-bude-obovyazkovim-z (дата звернення: 08.11.2026).

2. Довідковий центр продавця ROZETKA. URL: https://sellerhelp.rozetka.com.ua/ (дата звернення: 03.11.2026).

3. ДПС запровадила Е-аудит. Урядовий портал. 2026. 1 січ. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/dps-zaprovadyla-e-audyt (дата звернення: 08.11.2026).

4. Іваночко Б. Р., Баланюк І. Ф., Шеленко Д. І., Івасюк Н. Б., Банашкевич Т. П. Методологія наукових досліджень бухгалтерського обліку електронної торгівлі із застосуванням цифрових технологій. Актуальні питання економічних наук. 2025. № 17. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17635470.

5. Ковальчук В. Імплементація SAF-T UA в Україні: аналіз та перспективи. Юридична практика. 2025. 15 квіт. URL: https://pravo.ua/implementatsiia-saf-t-ua-v-ukraini-analiz-ta-perspektyvy/ (дата звернення: 08.11.2026).

6. Кулик В. А. Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2017. 344 с.

7. Легенчук С. Ф., Королюк Н. М. Методика бухгалтерського обліку процесу електронної комерції. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2010. Вип. 4. С. 321–334.

8. Мацьків Г., Райтер Н., Томашевський Ю. Електронна комерція суб’єктів господарювання: обліково-аналітичний аспект. Вісник Львівського національного університету природокористування. Серія: Економіка АПК. 2024. № 31. С. 74–79. DOI: https://doi.org/10.31734/economics2024.31.010.

9. Міжнародний стандарт аудиту 315 (переглянутий у 2019 р.) «Ідентифікація та оцінювання ризиків суттєвого викривлення» : пер. з англ. URL: https://mof.gov.ua/uk/download/page/4976 (дата звернення: 08.11.2026).

10. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» : офіц. пер. Міністерства фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-02_ukr_2016.pdf (дата звернення: 09.11.2026).

11. Міжнародний стандарт фінансової звітності 15 «Дохід від договорів з клієнтами» : офіц. пер. Міністерства фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IFRS-15_ukr-compressed.pdf (дата звернення: 26.10.2026).

12. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг : видання 2018 року. Частина I / Міжнародна федерація бухгалтерів ; пер. з англ. Міністерства фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/uk/download/page/4972 (дата звернення: 09.11.2026).

13. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» : затв. наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 № 290. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99 (дата звернення: 26.10.2026).

14. Панасюк В. М., Мельничук І. В., Омецінська І. Я. Облік та оподаткування в інтернет-бізнесі: перспективи розвитку та виклики. Бізнес Інформ. 2024. № 1. С. 258–266. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-258-266.

15. Пилипів І. Чечоткін, Rozetka: «Після зустрічі із Зеленським 23 лютого 2022 року я з круглими очима за кермом рятував дітей» : інтерв'ю з Владиславом та Іриною Чечоткіними. Економічна правда. 2026. 12 берез. URL: https://epravda.com.ua/interview/interv-yu-z-vladislavom-ta-irinoyu-chechotkinimi-yak-rozetka-stala-liderom-e-commerce-819087/ (дата звернення: 31.10.2026).

16. План цифрового розвитку Державної податкової служби України до 2030 року : введено в дію наказом Міністерства фінансів України від 24.12.2024 № 660. 45 с. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BD%20%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%

20%D0%94%D0%9F%D0%A1%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8%20(1).PDF (дата звернення: 08.11.2026).

17. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення: 08.11.2026).

18. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21.12.2017 № 2258-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19 (дата звернення: 08.11.2026).

19. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14 (дата звернення: 26.10.2026).

20. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 № 851-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15 (дата звернення: 24.10.2026).

21. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19 (дата звернення: 24.10.2026).

22. Про затвердження Змін до Порядку надання документів великого платника податків в електронній формі при проведенні документальної перевірки : наказ Міністерства фінансів України від 15.09.2020 № 561. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1123-20 (дата звернення: 08.11.2026).

23. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12 (дата звернення: 24.10.2026).

24. Про платіжні послуги : Закон України від 30.06.2021 № 1591-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20 (дата звернення: 24.10.2026).

25. Схема XSD стандартного аудиторського файлу SAF-T UA. Версія 2.0 (SAF_T_UA_V2.0.xsd) / Державна податкова служба України. URL: https://tax.gov.ua/baneryi/saf-t-ua/xsd-/ (дата звернення: 08.11.2026).

26. Українці за 2025 рік витратили на онлайн-покупки 256 млрд грн. Мінфін. 2026. 22 січ. URL: https://minfin.com.ua/ua/2026/01/22/166722098/ (дата звернення: 28.10.2026).

27. Фінансова звітність ТОВ «Розетка. УА» станом на 31 грудня 2022 року та за рік, що закінчився зазначеною датою, разом зі Звітом незалежного аудитора. Київ, 2023. URL: https://rozetka.report/reports/report2022.pdf (дата звернення: 03.11.2026).

28. Фінансова звітність ТОВ «Розетка. УА» станом на 31 грудня 2023 року та за рік, що закінчився зазначеною датою, разом зі Звітом незалежного аудитора. Київ, 2024. URL: https://rozetka.report/reports/report2023.pdf (дата звернення: 28.10.2026).

29. Фінансова звітність ТОВ «Розетка. УА» станом на 31 грудня 2024 року та за рік, що закінчився зазначеною датою, разом зі Звітом незалежного аудитора. Київ, 2025. URL: https://rozetka.report/reports/rozetkareport2024.pdf (дата звернення: 28.10.2026).

30. Co-operative Tax Compliance: Building Better Tax Control Frameworks / OECD. Paris : OECD Publishing, 2016. DOI: https://doi.org/10.1787/9789264253384-en.

31. Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff (GoBD) : BMF-Schreiben vom 28.11.2019, geändert durch BMF-Schreiben vom 11.03.2024. URL: https://www.lfst.bayern.de/fileadmin/RESSOURCEN/INFORMATIONEN/Steuerinfos/Weitere_Themen/Aussenpruefung/2019-11-28-GoBD-1.pdf (дата звернення: 08.11.2026).

32. Guidance for the Standard Audit File – Tax. Version 2.0 / OECD Centre for Tax Policy and Administration. Paris : OECD, 2010. URL: https://web-archive-storage.oecd.org/aemint-web-archive-prod/web-archive/31/319f3ea18d49a9a849ac736cc1cb6b6325080f23fcee60705509cf6b00a8af4e.pdf (дата звернення: 08.11.2026).

33. Horizontal Monitoring Dutch Tax and Customs Administration / Meijburg & Co. URL: https://meijburg.com/horizontal-monitoring-dutch-tax-and-customs-administration (дата звернення: 09.11.2026).

34. Rozporządzenie Ministra Finansów, Inwestycji i Rozwoju z dnia 15 października 2019 r. w sprawie szczegółowego zakresu danych zawartych w deklaracjach podatkowych i w ewidencji w zakresie podatku od towarów i usług. Dz.U. 2019 poz. 1988. URL: https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20190001988 (дата звернення: 09.11.2026).

35. SAF-T / PwC Romania. URL: https://www.pwc.ro/en/technology/tax-technology/saf-t.html (дата звернення: 08.11.2026).