***В.А. Кулик****, к.е.н., доц.*

*доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту*

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

**Аудит підприємств електронного бізнесу**

Бурхливий розвиток інформаційних технологій та глобалізаційні зміни у світі стали основними передумовами виникнення та розвитку нового виду бізнесу – електронного. Електронний бізнес є видом ділової активності з використанням глобальної інформаційної мережі Інтернет для модифікації внутрішніх та зовнішніх зв’язків підприємства з метою одержання прибутку.

Загальний товарооборот реалізованих товарів та послуг за допомогою мережі Інтернет у 2014 році у світі складає 1,943 млрд. дол., що на 24 % перевищує обсяги товарообороту 2013 року. За прогнозами економістів загальний товарооборот у 2015 році складе 2,251 млрд. дол. [1]. За підсумками 2015 року, експертами прогнозується зростання онлайн-продажів у глобальному масштабі на 17-18% відсотків [2].

Зростання обсягів діяльності підприємств електронного бізнесу та прагнення менеджерів та підвищення ефективності їх діяльності зумовлює необхідність застосування контрольних процедур та проведенні аудиту на підприємствах електронного бізнесу.

У той же час, наразі не розроблено ефективних методик аудиту, у його традиційному розумінні, для підприємств, що здійснюють свою діяльність в онлайновому середовищі. У більшості випадків здійснення аудиту сайтів та інтернет-крамниць передбачає: 1) технічний аудит Інтернет-магазину; 2) юзабіліті-аудит (перевірка зручності використання сайту клієнтами); 3) аудит каналів просування товарів; 4) аудит системи продажів; 5) аудит асортименту і поставок; 6) аудит логістики; 7) аудит конкурентного середовища [3].

Проте, перевірка відповідності діяльності Інтернет-магазину вимогам чинного законодавства є актуальною проблемою, вирішення якої дозволить уникнути штрафних санкцій та підвищити ефективність діяльності підприємства за рахунок зростання лояльності покупців. Зокрема, Законом України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII передбачено низку нових вимог до діяльності підприємств електронної комерції, які не виконуються більшістю Інтернет-крамниць, представлених на вітчизняному ринку.

Наприклад, продавець (інтернет-магазин), зокрема іноземний, який реалізує товари на території України, під час показу на сайті товарів, робіт, послуг та їхньої реалізації, зобов’язаний забезпечити прямий, простий та стабільний доступ усім іншим учасникам відносин у сфері електронної комерції до такої інформації: повне найменування юридичної особи або прізвище, ім’я, по батькові фізичної особи-підприємця; місцезнаходження; адреса електронної пошти та/або адреса інтернет-магазину; ідентифікаційний код (номер); відомості про ліцензію, якщо господарська діяльність підлягає ліцензуванню; про включення податків у розрахунок вартості товару, вказаної на сайті; вартість доставки, у разі її здійснення. Недотримання цих вимог може тягнути за собою у деяких випадках відповідальність, передбачену статтями 15 і 23 Закону України «Про захист прав споживачів» [4].

Отже, незважаючи на розширення предметної області аудиту для підприємств електронного бізнесу, актуальним питанням залишається перевірка правильності ведення організації та ведення електронного бізнесу вимогам чинного законодавства, що є одним із чинників зростання ефективності ведення даного виду господарської діяльності в цілому.

***Список використаних джерел***

*1. Ecommerce Europe. - Режим доступу:* [*http://www.ecommerce-europe.eu/*](http://www.ecommerce-europe.eu/)

*2. Федоричак В. Тренди електронної комерції в 2015 – 2016 роках / В. Федоричак. – Режим доступу: http://lemarbet.com/ua/trends/trendy-elektronnoj-kommertsii-v-2015-2016-godah/*

*3. Соловей А. Комплексний аудит Інтернет-магазину / А. Соловей. – Режим доступу: http://marketingbuzz.info/kompleksnyj-audit-internet-magazina.html*

*4. Сеньків О. Електронна комерція: працюємо по-новому! / О. Сеньків. – Режим доступу: http://lemarbet.com/ua/biznes-v-ukraine/elektronnaya-kommertsiya-rabotaem-po-novomu/*