

ЕЛЕКТРОНЕН МАГАЗИН – ОСОБЕНОСТИ В СЧЕТОВОДНИТЕ И ДАНЪЧНИТЕ АСПЕКТИ НА ДЕЙНОСТТА

гл. ас. д-р Руслана Димитрова,
ruslana.dimitrova@ue-varna.bg

Катедра „Счетоводна отчетност“
Икономически университет – Варна

Резюме: В статията е направен опит, на база същностната характеристика и правната рамка на електронния магазин, да се изведат счетоводните и данъчни аспекти на неговата дейност. За целта са разгледани особеностите в счетоводното отчитане на: домейн, уеб страница и програмни продукти за онлайн магазин, доставката на стоките, разходите свързани с търговската дейност, разходите за реклама, проучване и афилиейт маркетинг, разходите за рекламации и гаранции, постъпленията от продажби на стоки и нови техники на продажби – дропшипинг, колективно пазаруване, разплащания с клиентите чрез наложен платеж и системи за електронни разплащания. Систематизирани са накратко и данъчните аспекти свързани с начисляването на данък добавена стойност, данъчна регистрация и регистрационен режим и изисквания свързани с търговската дейност на електронния магазин.

Ключови думи: електронен магазин, офлайн магазин, дропшипинг, колективно пазаруване, афилиейт маркетинг, счетоводно отчитане, данъчно третиране

JEL: M 410

THE ONLINE STORE – FEATURES IN ACCOUNTING AND TAX ASPECTS OF ACTIVITY

Ruslana Dimitrova, Head Assistant, PhD - ruslana.dimitrova@ue-varna.bg
Department of Accounting and Auditing
Varna University of Economics

Abstract: This paper is an attempt, based on the nature and legal framework of the online store, to define the accounting and taxation issues of its business. For the purpose, the paper discusses the specificities of fiscal reporting of: a domain, a website and online store software products, delivery of goods and their release /signing out/, costs related to commercial activity, advertising, research and affiliate marketing costs, costs for claims and warranties, receipts from sales of goods and new techniques of sales – drop shipping, collective shopping, customers' cash payments and through e-payment systems. Tax issues related to the online store Value Added Tax charging, tax registration, registration regimen and commercial activity requirements are also briefly systematized.

Key words: online store, offline store, drop shipping, collective shopping, affiliate marketing, fiscal reporting, tax treatment

JEL: M 410

ЕЛЕКТРОНЕН МАГАЗИН – ОСОБЕНОСТИ В СЧЕТОВОДНИТЕ И ДАНЪЧНИТЕ АСПЕКТИ НА ДЕЙНОСТТА

гл. ас. д-р Руслана Димитрова - ruslana.dimitrova@ue-varna.bg

Катедра „Счетоводна отчетност“

Икономически университет – Варна

Въведение

През последните години електронната търговия се развива изключително бързо. В практиката се реализират разнообразни бизнес модели за нейното проявление. Най-широко разпространени са електронен магазин (e-shop), електронен мол (e-mall) и електронен търг (e-auction). Статистиката показва голям ръст на продажбите чрез онлайн магазините. Прогнозите са през 2016 г. приходите от електронна търговия в Европа да достигнат 4.4% от БВП. Същевременно, вече около 2 млн. души в Европа работят именно в този сектор¹. Предимствата на електронната търговия се отчитат както от клиентите, така също и от предприемачите. Също така, онлайн търговията поражда редица въпроси свързани със същността, документалното оформяне на постъпленията от дейността на електронните магазини и свързаните с тях разходи. Търговската дейност осъществявана чрез е-магазини има особености, които дават отражение на нейното счетоводно и данъчно третиране.

Целта на статията е: чрез извеждане същността и правната рамка на електронния магазин да се обосноват особеностите на счетоводното отчитане и данъчното третиране на осъществяваната от него търговска дейност.

Фокусът на статията е върху счетоводните и данъчните аспекти, свързани с дейността на електронните магазини като форма на електронна търговия. Последователно са разгледани същностната характеристика и нормативната регламентация на електронния магазин² и са изведени особеностите на счетоводното отчитане и данъчното третиране на неговата търговска дейност.

1. Същностна характеристика и нормативна регламентация на електронния магазин.

Електронният магазин може да се характеризира както от гледна точка на маркетинга, така също и от гледна точка на неговата технология на изграждане и специфика на търговската дейност. Той може да се разглежда като витрина на офлайн магазин, която е представена в Интернет и чрез нея има възможност да се приемат заявки за покупка на стоки, чиито цени са посочени в каталог. Продажбите в него следват логиката на една търговска зала – каталогът се равнява на рафтовете, системата за търсене по ключова дума е аналог на секциите, а кошницата за поръчки е копие на истинската кошница за покупки. На клиента се предоставя възможност да използва различни способи за заплащане и да направи избор на начин за доставка на закупената стока.

¹Онлайн търговията нарасна с 15% през 2014

http://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/bulgaria/2015/03/09/2487824_onlain_turgoviiata_narasna_s_15_prez_2014_g/ Дата: 10.04.2016.

²Електронен магазин, интернет магазин, онлайн магазин, е-магазин се използват като синоними

Посочените характеристики дават основание някои автори да определят електронния магазин като “интерактивен уебсайт, рекламиращ стоки и услуги, приемащ заявки за покупки, предлагащ способи за заплащане и начин за доставка и показване на дължимата сметка за плащане³. От техническа гледна точка, той може да се представи като многофункционален програмен модул вграден в уебсайт с цел продажби на стоки, продукция и услуги чрез Интернет⁴. Продажбите на стоки в е-магазин се доближават най-много до традиционната търговия. Затова, той може да се определи като „търговска система, осъществяваща покупко-продажба на стоки и услуги чрез Интернет на крайните потребители⁵.“

В научната и учебната литература е-магазини се класифицират по различни критерии⁶. За целите на счетоводното отчитане е важно да се познава класификацията им по следните критерии, посочени в таблица 1.

Таблица 1

Видове електронни магазини

Критерии	Вид е-магазин	Характеристика
Начин на придобиване на е-магазин	покупка	закупува се готов е-магазин
	наемане	наема се вече разработен или нов е-магазин
	разработване на проект на е-магазин по поръчка на търговеца	е-магазин се разработва по проект за търговеца, като се отчита спецификата на търговската дейност
	собствен проект	предприемачът влага собствени ресурси за разработване на е-магазин
Поддържане на стокови запаси	е-магазин неподдържащ стокови запаси на склад	работи директно с производителя или с посредник
	е-магазин със собствен склад за стоки и налични	разполага с определена наличност от стоки на

³Сальбер, А., Как открыть интернет – магазин, М.: СмартБук, 2008, с. 302.

⁴Илиев, П., Кашева, М., С. Сълова, Електронен бизнес – първа част, Издателство“Наука и икономика“, ИУ, Варна, 2011.

⁵Димитрова, В., Желязкова, Д., М. Стоянов, Д. Гроздева, Управление на продажбите, Наука и икономика, ИУ- Варна, 2011, с. 197.

⁶Тардаскина Т.Н., Электронная коммерция: учеб. пособ. / Тардаскина Т.Н., Стрельчук Е.Н., Терешко Ю.В. – Одесса: ОНАС им. А.С. Попова, 2011.; Кобелев, О.А., Электронная коммерция : Учеб. пособие / О. А. Кобелев, Под ред. С. В. Пирогова; - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашкови К, 2013.; Дик В.В., Лужецкий М.Г., Родионов А.Э. Электронная коммерция: Учебное пособие, М.: Московская финансово-промышленная академия, 2007., Димитрова, В., Желязкова, Д., М. Стоянов, Д. Гроздева, Управление на продажбите, Наука и икономика, ИУ- Варна, 2011, Нельзина, О. Г., Интернет - магазин в структуре электронного бизнеса России, <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=authors&userid=269> Дата: 10.04.2016.

	стокови запаси	склад
	е-магазин, работещ по договор с доставчиците	поддържа се минимална наличност от запаси
Собственост	е-магазин на производител	производителят продава продукцията си онлайн
	е-магазин на търговец с реален магазин	съчетаване на офлайн с онлайн магазин
	е-магазин за дейност по Интернет	стоките се предлагат само онлайн
Вид продажби	продажби B2C; адаптиран модел C2B2C.	продажби на дребно
	продажби B2B; адаптиран модел B2B2C.	продажби на едро
Начин на разплащане	е-магазин с онлайн разплащане	е-магазин прилага системи за електронно разплащане за закупената стока
	е-магазин с офлайн разплащане	закупената стока се плаща в брой, с дебитна и кредитна карта, наложен платеж.
Бизнес модел	онлайн магазин	отсъства традиционната търговска дейност
	съчетание на офлайн и онлайн магазин	към традиционен магазин се открива е-магазин
Вид стока	брендов (марков)	продава стоки от една марка и качество Next, OldNavy, Carter's, Crazy
	мулти-брендов	продава стоки от различни марки и качество Kohl's, Dillard's, Sportsdirect
	интернет-базар	продават се разнообразни стоки по марка и качество Amazon и TaoBao
	интернет-аукцион	продават се стоки с наддаване от страна на клиентите Aliexpress и Ebay
	content-магазин	за продажба на информация чрез платен достъп до сайт или платена електронна доставка

Източник: Разработена от автора на база преглед на научна и учебна литература.

Същността на е-магазин може да се изведе и на база сравнителен анализ между офлайн и онлайн магазина. По този начин, могат да се разграничат особеностите в документирането и счетоводното отчитане на активите, разходите, приходите и разплащанията в е-магазини. Този вид анализ е от значение и за определяне на характера на доставките за целите на данъчното

облагане по ЗДДС. В научната и учебната литература⁷ се срещат различни критерии за сравнение на тези два бизнес модела за организация на търговията. От значение за счетоводното и данъчното третиране, за тяхната дейност са избрани следните критерии систематизирани в таблица 2.

Таблица 2

Сравнителен анализ на офлайн магазин и електронен магазин

Критерии за сравнение	Офлайн магазин	Електронен магазин
Географско разположение	локализиран на определено място	позициониран в интернет пространството
Търговска площ	собствена или наета	сайт – собствен или нает
Асортимент	ограничен	неограничен, но има изключения (напр. бързо развалящи се стоки)
Логистика	доставка на стоки, разходи за съхранение, опаковка и други	доставка до място и време посочено от клиента за своя сметка или за сметка на производителя или за сметка на търговеца на едро
Разходи за маркетинг, проучвания, анализи, реклама	да	да, но се осъществяват чрез Интернет
Разплащания с клиенти, доставчици и посредници	в брой, чрез дебитна и кредитна карта, банков превод	по електронен път, наложен платеж, банков превод
Документооборот	на книжен и електронен носител	на електронен носител
Удостоверяване на сделката	печат и подпис	електронен подпис
Възможност за рекламация и гаранции за стоката	да	да

Източник: Разработена от автора на база преглед на научна и учебна литература.

⁷Виж. цит. Тардаскина Т.Н., Електронная коммерция: учеб. пособ/ Тардаскина Т.Н., Стрельчук Е.Н., Терешко Ю.В. – Одесса: ОНАС им. А.С. Попова, 2011.

Последната тенденция в развитието на електронните магазини е те да се съчетават с офлайн магазини. Затова, дори наложили се на пазара и утвърдени е-магазини като Amazon, откриват офлайн магазини⁸.

Правната рамка на организацията на дейността на електронните магазини в нашата страна се определя от законите свързани с електронната търговия: Закон за електронната търговия⁹, Закон за електронния документ и електронния подпис¹⁰, Закон за платежните услуги и платежните системи¹¹. Тези нормативни актове създават среда за развитие на електронната търговия и нейното утвърждаване чрез правила, които защитават интересите на потребителите и стимулират бизнес инициативата сред предприемачите. Съществена роля оказва и Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000¹². При организацията на счетоводството на е-магазини следва да се отчитат изискванията на Закона за счетоводството¹³ и счетоводните стандарти. Данъчните задължения се определят според изискванията на Закон за ДДС¹⁴, Закон за корпоративното подоходно облагане¹⁵, Закон за данъците върху доходите на физическите лица¹⁶, Закон за акцизите и митническите складове¹⁷. Според спецификата на дейността на е-магазин се вземат под внимание и други конкретни нормативни актове като Търговски закон¹⁸, Закон за защита на потребителя¹⁹, Валутен закон²⁰.

Направеният кратък анализ на същността и правната рамка на е-магазин позволява следното обобщение:

- ✓ Видовото разнообразие на е-магазини е от значение за организацията на синтетичното и аналитично счетоводно отчитане на доставката на стоките и тяхното изписване, оценката на активите и признаване на постъпленията от продажбите и разходите свързани с тях.
- ✓ Разграничаването на дейността на офлайн и онлайн магазините позволява правилно да се организира документооборота и отчитането на разходите свързани с търговската дейност, разплащанията с клиентите, доставчиците, посредниците, проследяване на рекламациите и гаранциите, и на разходите свързани с тях.

⁸Amazon открое свой первый офлайн-магазин, <http://minfin.com.ua/2014/10/10/5012465/> Дата: 10.04.2016.

⁹Закон за електронната търговия <http://lex.bg/laws/ldoc/2135530547> Дата: 10.04.2016.

¹⁰Закон за електронния документ и електронния подпис <http://lex.bg/laws/ldoc/2135180800> Дата: 10.04.2016.

¹¹Закон за платежните услуги и платежните системи <http://www.lex.bg/laws/ldoc/2135625744> Дата: 10.04.2016.

¹²Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 <http://eur-lex.europa.eu/> Дата: 10.04.2016.

¹³Закон за счетоводството <http://lex.bg/laws/ldoc/2135213569> Дата: 10.04.2016.

¹⁴Закон за ДДС <http://www.nap.bg/> Дата: 10.04.2016.

¹⁵Закон за корпоративното подоходно облагане <http://www.nap.bg/> Дата: 10.04.2016.

¹⁶Закон за данъците върху доходите на физическите лица <http://www.nap.bg/> Дата: 10.04.2016.

¹⁷Закон за акцизите и митническите складове <http://www.nap.bg/> Дата: 10.04.2016.

¹⁸Търговски закон <http://lex.bg/laws/ldoc/-14917630> Дата: 10.04.2016.

¹⁹Закон за защита на потребителя <http://lex.bg/laws/ldoc/2135513678> Дата: 10.04.2016.

²⁰Валутен закон, <http://lex.bg/laws/ldoc/-12802047> Дата: 10.04.2016.

- ✓ Правната рамка е от значение, за да се определи връзката на е-магазини с електронната търговия и електронния бизнес, правата и защитата на клиентите от гледна точка сигурност, гаранции и рекламации, счетоводно и данъчно разбиране на осъществяваната от тях търговска дейност.

2. Счетоводни и данъчни аспекти, свързани с особеностите на търговската дейност в електронните магазини.

Опциите за стартиране на един е-магазин са различни, но обобщено могат да се сведат до:

- изграждане на уникално софтуерно решение съобразено с особеностите на дейността на е-магазин

За да функционира ефективно един е-магазин и да отчита реално извършените продажби, той следва да съдържа четири основни елемента, които са взаимно свързани помежду си, а именно: електронна витрина, система за поръчване, система за заплащане, система за доставка²¹. Направените разходи по всички модули формират цената на един програмен продукт, който може да се третира като нематериален актив, защото в бъдеще ще носи икономическа изгода за собственика. Този актив, счетоводно следва да се отчете при спазване изискванията на СС 38 Нематериални активи²². Същият актив подлежи на амортизиране. Във времето могат да се правят разходи за неговото подобрене и усъвършенстване. За целта е препоръчително, в счетоводната политика, да се определи неговата оценка и следващите се амортизации. Има и друга гледна точка за отчитането на разходите свързани с уебсайт на е-магазин. Допуска се, че когато той се използва като витрина или визитка, изпълнява ролята на реклама за представяне на продукта. Затова се приема, че разходите за такъв сайт могат да се отчитат като текущи. Също така се среща разбирането, че софтуерът за обслужването на електронния магазин може да се представи като дълготраен материален актив от четвърта категория²³. Авторът приема, че от технологична гледна точка, е-магазин е многофункционален програмен продукт, който носи икономическа изгода на търговеца за продължителен период от време, ето защо, неговите компоненти следва да се отчитат като нематериални дългосрочни активи.

- закупуване на сайт базиран на готов софтуер. В зависимост от възприетия стойностен праг за признаване на дълготраен актив, и в този случай, може да се отчете като нематериален дълготраен актив. Също така е препоръчително да се отбележи в счетоводната политика как ще се отчитат направените разходи за неговото поддържане, усъвършенстване и подобрене.

- SAAS (software as a service) решения. Сравнително модерно решение, подходящо за малкия и среден бизнес, производители и артисти. Характерно за него е, че се заплаща месечен абонамент. В този случай се отчита текущ разход, аналогичен като разход за наем за търговска площ в традиционната търговия.

²¹Вж. цит. Димитрова, В., Желязкова, Д., М. Стоянов, Д. Гроздева, Управление на продажбите, Наука и икономика, ИУ- Варна, 2011, с.198.

²²Свраков, А., Брезоева, Б., Костов, Б., С., Милев, Национални счетоводни стандарти, ИК“Труд и право“, 2016.

²³Вж. чл. 55.(1) т.4 от Закона за корпоративно подоходно облагане <http://www.lex.bg/laws/ldoc/2135540562> Дата: 10.04.2016.

Във връзка със стартирането на е-магазин възниква въпросът за разходите свързани с домейна, хостинга, съдържанието на уебсайта. Възприето е те да се отчитат като текущи разходи, но има изключения, които изискват тяхното капитализиране.²⁴ В случаите, когато има намерение същите да се продават или са част от цялостното решение за изграждане на е-магазин, е препоръчително разходите, свързани с тях, да се капитализират. Направените разходи за създаване на съдържание на уебсайта от текст и снимки могат да се отчитат като текущи, когато са свързани с реклама на предлаганите стоки и услуги от е-магазин. Освен това, има възможност те да се капитализират в случаите, когато директно се обвързват със сайта от уникално софтуерно решение за е-магазин. Оперативните разходи, свързани с обновяване, регистриране на търсачки, бекъп (backup), текущ преглед и анализ за работа на сайта, се отчитат като текущи.

Всяка търговска дейност изисква наличност на стокони запаси. Поради тази причина, при електронните магазини, които имат складове или са комбинирани с офлайн магазини, е важна организацията, документирането и аналитичното отчитане на доставките на стоките, формирането на техните цени и избор на способ за тяхното изписване при продажба. Документирането на стоките е с фактура и приложени към нея транспортни и митнически документи. Цената се формира от цената на доставчика, транспортните разходи, митата и таксите свързани с тях. При еднородни стоки е препоръчително да си използва метод за изписване по среднопретеглена цена, а при наличие на голямо разнообразие е възможно, той да се приложи, за всяка една група стоки поотделно. Също така, ако има данъчна регистрация по ЗДДС е важно, при доставката на стоки да се отчита получената отстъпка, за да се определи правилно данъчната основа за начисляване на данък добавена стойност и ползвания данъчен кредит.

За изпълнение на своята търговска дейност електронният магазин осъществява различни по своя характер разходи, които могат да се систематизират по следния начин:

➤ разходи свързани с организацията на експедирането, транспортирането и получаването на стоката от клиента. Електронният магазин може да разполага със собствена служба за доставка, да използва услугите на независима куриерска служба, на пощата и други. Важно е разходите да се разграничат аналитично, така че да позволяват правилно формиране на цената на доставката. Разходите по организацията и състоянието на складовата мрежа е препоръчително да се разпределят в съответствие с направения оборот. Затова е важно, организацията на тяхното аналитично отчитане да се съобрази с постъпленията по видове или групи стоки.

➤ разходи за маркетингови услуги – те се характеризират с особености и могат да се групират в няколко направления: активност на сайт; платена реклама; дългосрочни маркетингови активности като SEO-оптимизацията за търсачки, PR, изграждане на онлайн репутация; активност в социалните мрежи.

²⁴Вж. МСФО 5 Нетекущи активи, държани за продажба и преустановени дейности <http://balans.bg/267-msfo-5-netekushti-aktivi-dyrjani-za-prodajba-i-preustanoveni-dejnosti/> Дата: 10.04.2016.

Отчитат се като текущи разходи въз основа на направените отчети, договори и издадени фактури.

Успехът на онлайн магизина се определя и от неговия афилиейт маркетинг²⁵. По своята същност той е форма на сътрудничество между търговците, които продават онлайн, и собствениците на сайтове (убмастърри), които поместват на сайтовете си връзки към сайтовете на търговците. Убмастъррите, които участват в промотирането на продукти и услуги на принципа на афилиейт маркетинга, се наричат афилиейти (affiliates). Търговците изплащат на афилиейтите част от сумата на реализираните продажби или фиксирана сума за всеки клиент. Понякога, набирането на афилиейти се извършва от трето лице, което работи с множество търговци. В този случай имаме афилиейт мрежа (affiliate network), която може да посредничи между търговците и афилиейтите и дори да предлага обработка на плащанията. Плащанията от търговците към афилиейтите минават през афилиейт мрежата. За търговците тази услуга се отчита като разход, а за афилиейтите и афилиейт мрежата е приход.

ClickBank е онлайн платформа, където се продават информационни продукти и се създават партньорски програми за продуктите. Целта е, чрез нея да се насърчават продажбите в онлайн магазина на конкретен търговец. В случай, че се реализира оборот в резултат на нея, търговците заплащат договорената комисиона, която за тях е разход.

Google AdSense е програма за реклама, с която убмастъррите печелят пари като я сложат на страницата си. За търговците, въз основа на отчетите и при условие, че е платена рекламата, е разход, а за убмастъррите е доход, което се вижда от разпечатка на приходите от панела на AdSense. За доходите от реклама се следват данъци по ЗДДФЛ или ЗКПО, а когато оборотите изискват регистрация по ЗДДС, се начислява и ДДС. Регистрацията по ЗДДС, по преценка, може да бъде и доброволна. Паричните средства от Google AdSense могат да се получат с чек или чрез Western Union Quick Cash.

➤ разходи свързани с техническо обслужване и сигурност на сайта; комисиони на посредници в продажбите; комисиони и такси на куриерската служба; възнаграждения на копирайтери и за копирайтинг, абонаментни такси за интернет и други. Те се отчитат като текущи разходи в съответствие с организираното аналитично отчитане по икономически елементи и по функционално направление.

➤ разходи за рекламации и гаранционно обслужване на стоки – препоръчително е те да се отчитат аналитично по видове стоки и клиенти.

Особености има и при счетоводното отчитане на постъпленията от продажбите от търговската дейност на е-магазини. Оборътът се реализира, най-често, чрез собствен сайт. Търговската дейност на електронните магазини може да се определи като разносна търговия. На клиента стоката може да се достави чрез собствена куриерска служба или да се използва услугата на доставчик като Еконт, Рапидо, Спийди, Български пощи и други. В случай, че се използва собствена куриерска служба, пратката освен фактура и гаранционна карта,

²⁵Афилиейт програми, <https://host.bg/bg/info/> Дата: 10.04.2016.

следва да съдържа и касов бон, защото стоката се заплаща в брой²⁶. Клиентите на онлайн магазините основно са физически лица, и ако изрично не предявят изискване за фактура, стоката може да се достави само с касов бон. Възниква въпросът, доколко в подобни случаи са защитени техните права като потребители свързани с връщане на закупената стока, рекламации и гаранционно обслужване. Плащането на стоката може да се осъществи чрез наложен платеж като се ползва доставчик на платежни услуги. В този случай, не се изисква да се прилага касов бон към фактурата. Търговецът, за да отчете счетоводно оборота от продажби на физически лица, издава обща фактура към населението, след като получи сумата от куриерската служба чрез банков превод или в брой. Постъпленията се отчитат по продажната цена на стоките за клиента. Отчитат се и разходите за комисионната и абонаментната такса за куриерската служба. Куриерската служба превежда по банковата сметка на търговеца или отчита в брой събраната сума от клиентите, намалена с комисионната и направените разходи по доставката.

През последните години се използват нови техники за продажба на стоки чрез онлайн магазините. Една от тях е дропшипингът (dropshipping)²⁷, която не изисква стоките да са в наличност. Използва се основно за онлайн продажби, каталожна търговия и за клиенти на шоу румове. Прилага се от световни сайтове като eBay и Amazon. Дропшиперът (dropshipper), собственик на сайт, се свързва с доставчик на едро като предоставя информация за доставката на определено количество стоки. Стоката се доставя чрез куриер, директно от доставчика на клиента. В този процес, ролята на дропшипера може да се определи като посредник при реализацията на стоките от онлайн магазин до клиента. За целта, дропшиперът сключва договор за посредничество с доставчика. Неговата дейност е да открива клиенти и получава от тях поръчки срещу предплата. След като клиентът заплати цялата сума, той ги превежда на продавача, като си приспада комисиона за посредничество. Поръчката се изпраща на доставчика, а той изпраща стоките на купувача, т.е. купувачът получава стоката от доставчика, а не от него. В случай, че в договора има клауза, стоката може да бъде изпратена и от името на посредника.

Дейността, свързана с дропшипинга, е бизнес. Затова е необходима регистрация по Търговския закон, за да се документира, отчита и облага с данъци. При нея, партньорството с доставчика е задължително. Препоръчително е в момента на получаване на сумата от клиента, да е известно възнаграждението на дропшипера. За целта, в договора за посредничество се посочва начина на неговото формиране, а именно:

- фиксиран процент от продажбите, ако продажната цена за крайния потребител е предварително определена;

- разлика между продажната цена и цената на доставка на клиента като в договора има условие, че допълнителната разлика е за фасилитатора.

²⁶Вж. Наредба № н-18 от 13.12.2006 г. за регистриране и отчитане на продажби в търговските обекти чрез фискални устройства, <http://lex.bg/laws/ldoc/2135540645>, Дата: 10.04.2016.

²⁷Дропшипинг и Интернет-магазин <http://emagnat.ru/dropshippin-i-internet-magazin.html> Дата: 10.04.2016., Дропшипинг: пряма выгода от прямых поставок <http://www.xmlshop.com/RU/article.html?ID=dropshipping> Дата: 10.04.2016.

С клиента, дропшиперът може да сключи договор при общи условия за покупка, публикувани на сайта.

Доходът на дропшипера се формира от комисионата, която получава от доставчика на стоката и от разликата в цените, ако те не са предварително посочени от доставчика. Той отчита дейността си с отчет, който е основание доставчикът да си признае разходи за ползваната услуга. За отчитането на разчетите по предплатената сума от клиентите може да се използва сметка Доверители.

Друга форма на постъпления от продажби е колективното пазаруване²⁸. То се прилага на уебсайтове за групово пазаруване, където се предлага офертата и условията по нея. Най-често касае туристическа услуга или посещение на ресторант или кафене. За да се улеснят потребителите в техния избор, се използват агрегатори на оферти за колективно пазаруване. По този начин, собственикът на е-магазин привлича нови клиенти за сметка на разходите за реклама заложена в отстъпката. Постъпленията се отчитат въз основа на ваучер, който може да бъде заплатен по един от следните начини за заплащане: дебитна или кредитна карта, на каса на EasyPay, на банкомат или с банков превод. При отчитането на постъпленията се взема под внимание направената отстъпка за клиента. Тя може да се отчете като разходи за реклама или комисиона.

Важно е да се разграничат, и счетоводно правилно да се отчитат постъпленията от други дейности, осъществявани от е-магазин, свързани със следгаранционното обслужване на закупени стоки, използване на сайта за реклама на производители, доставчици и други.

За електронните магазини е от значение как са организирани системите за заплащане с клиентите. Затова, те предлагат различни видове системи за предплащане, последващо плащане при доставката на стоката, разсрочено плащане и лизинг. За да се използват възможностите на Интернет, онлайн магазините е препоръчително да използват различни варианти за електронно плащане²⁹. В практиката на българските е-магазини се прилагат следните способности за заплащане³⁰:

- заплащане в брой при доставка на стоката;
- наложен платеж;
- банков превод чрез онлайн банкиране;
- ePay.bg чрез дебитни и кредитни карти;

²⁸Шопов, Н., Бизнес модел на колективното пазаруване - кой печели и кой губи, <http://morningbiznews.com/bg/view/1310/> Дата: 10.04.2016.

²⁹Виж по подробно: Върбанов, Р., К., Шишманов, Новото поколение системи за електронен бизнес и електронни разплащания, сп. Народно стопански архив, 3/2014, с.27 - 48., Парушева, С., К., Несторов, Електронен бизнес, втора част, издателство Наука и кономика, Икономически университет, Варна, 2014, с. 123 - 144.

³⁰Електронни пари, електронен кеш, електронен профейл и електронни чекове са слабо застъпени в българските онлайн магазини.

- EasyPay плащане в брой, чрез дебитни и кредитни карти, по сметката на онлайн магазина в един от офисите из страната;

- ползване на чуждестранни платформи за разплащане като: Transcard, PayPal, Moneybookers, 2Checkout.

За правилното отчитане на паричните постъпления и тяхното обвързване с постъпленията от продажби е препоръчително аналитично да се отчитат паричните потоци по видове разплащания, като се оформят съответните платежни документи и издадат фактури за извършената доставка на стоки. Освен това, от значение е аналитично да се отчитат и документират направените разходи за такси и комисиони, свързани с различните видове системи за разплащане и тяхното обслужване.

Данъчните аспекти свързани с дейността на е-магазини могат да се систематизират в следните направления:

✓ важни регистрации, разрешителни режими и изисквания свързани с търговската дейност на електронния магазин:

- регистрация по Търговския закон на фирма за търговска дейност чрез електронен – магазин под формата на ООД, ЕООД или ЕТ. Има отношение за облагане на доходите от дейност по ЗКПО и ЗДДФЛ;

- регистрация по ЗДДС – може да бъде доброволна и задължителна;

- регистрация се изисква при онлайн продажбата на сребърни и златни бижута по силата на Валутен закон;

- разрешителен режим се изисква за онлайн продажби с алкохол и цигари от местната митничарска служба по силата на ЗММС;

- задължителните изисквания електронните магазини да публикуват на сайта информация под формата на стандартни указания са в следните направления: - сключване на договора с потребителите и формиране на крайната цена на стоката; право на отказ и връщане на стоката; наличие на законова гаранция; срок за възстановяване на сумата и други изисквания за защита на потребителя по ЗЗП.

✓ характер на доставките от гледна точка на прилагане на ЗДДС и ППЗДДС³¹

- продажби от типа В2С – основно, продажбите на стоките извършвани от онлайн магазините са на физически лица. По своя характер, те са дистанционни продажби. За клиентите физически лица³² на територията на страната и в страни от ЕС се следва ДДС в рамките на 20% до момента, когато общата стойност на доставките в течение на календарна година надхвърлят минималния праг за регистрация в държавата, където са купувачите. При

³¹Правилник за прилагане на Закона за данък върху добавената стойност <http://lex.bg/laws/ldoc/2135534826> Дата: 10.04.2016

³²Разгледани са данъчните аспекти свързани с продажбите на физически лица, защото те се преобладаващи в оборота на онлайн магазините.

достигане на този праг мястото на изпълнение на дистанционните продажби се променя. Българският доставчик – е-магазин, е длъжен да се регистрира по ЗДДС на конкретната страна. В качеството си на данъчно задължено лице, започва да начислява на клиентите си данък върху добавената стойност по данъчна ставка валидна за държавата, където е направена регистрацията. Препоръчително е да се води аналитична отчетност на оборотите от дистанционни продажби в различните страни, за да не се пропусне регистрацията за целите на ДДС в държавата – членка³³.

- дистанционната продажба на акцизни стоки, като цигари и алкохол предлагана от онлайн магазините, се облага с ДДС върху цялата сума, включително акциза, по ставка, която действа в страната, където се намира получателят поръчал стоката.

- за продажби от типа В2В се прилагат изискванията за данъчно третиране и документиране на вътрешно общностни доставки в рамките на ЕС, облагаеми и необлагаеми доставки на територията на страната, внос и износ за трети страни³⁴.

✓ други данъчни задължения

- за служителите по трудов договор и управителите на електронния магазин по договор за управление се следват социални и здравни осигуровки по силата на Кодекс за социално осигуряване³⁵ и Кодекс за здравното осигуряване³⁶.

- доходите от търговската дейност на онлайн магазините се облагат по ЗДДФЛ и ЗКПО, ако са регистрирани като ЕТ и по ЗКПО, ако са регистрирани като ООД или ЕООД.

³³ Фактурите с ДДС от 20% се посочват в Дневника на продажбите и в справка-декларация за данъчния период. След регистрацията, по Закона за ДДС на държавата членка, за целите на нашия закон, данъчната основа на тези доставки се посочва в съответната колона на Дневник за продажбите и в справка - декларация. Дистанционните продажби не намират отражение във Vies-декларациите.

³⁴ За продажбите на територията на нашата страна, когато са на търговци регистрирани по ЗДДС, се начислява 20% ДДС, а за страните в Европейския съюз не се следва ДДС, защото е вътрешнообщностна доставка. Разбира се, когато продажбите са В2В, следва да се отчитат и възможните изключения.

³⁵ Кодекс за социално осигуряване, <http://www.lex.bg/bg/laws/ldoc/1597824512> Дата: 10.04.2016.

³⁶ Кодекс за здравното осигуряване, <http://lex.bg/laws/ldoc/2134412800> Дата: 10.04.2016.

Заклучение

Електронните магазини придобиват все по-голяма популярност в нашата страна и са утвърдени в световна практика на електронната търговия. Тяхната дейност се развива и усъвършенства в направления, които са предизвикателство както за програмисти и предприемачи, така също за счетоводители и данъчни експерти.

За да се документират и счетоводно правилно да се отразят протичащите в тях бизнес процеси, е важно да се познават особеностите на тяхната организация, функциониране, маркетинг и тенденции на развитие.

Счетоводното отчитане и данъчно облагане на търговската дейност на електронните магазини е препоръчително да се изследва в контекста на електронната търговия и бизнес, счетоводното и данъчното законодателство, счетоводните стандарти и добрите практики. По този начин, има възможност проблемите да се идентифицират и разрешат при отчитане на особеностите на информационните технологии.

Цитирана литература

1. Amazon открит свой първия офлайн-магазин, <http://minfin.com.ua/2014/10/10/5012465/>
2. Афилиеит програми, <https://host.bg/bg/info/>
3. Върбанов, Р., К., Шишманов, Новото поколение системи за електронен бизнес и електронни разплащания, сп. Народно стопански архив, 3/2014.
4. Димитрова, В., Желязкова, Д., М. Стоянов, Д. Гроздева, Управление на продажбите, издателство „Наука и икономика“, ИУ- Варна, 2011.
5. Дик В.В., Лужецкий М.Г., Родионов А.Э. Электронная коммерция: Учебное пособие, М.: Московская финансово-промышленная академия, 2007.
6. Дропшипинг и Интернет-магазин <http://emagnat.ru/dropshippin-i-internet-magazin.html>
7. Дропшипинг: пряма выгода от прямых поставок <http://www.xmlshop.com/RU/article.html?ID=dropshipping>
8. Илиев, П., Кашева, М., С. Сълова, Електронен бизнес – първа част, Издателство „Наука и икономика“, Икономически университет, Варна, 2011.
9. Кобелев, О.А., Электронная коммерция: Учеб. пособие / О. А. Кобелев, Под ред. С.В., Пирогова: - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашкови К, 2013.
10. Нельзина, О.Г., Интернет-магазин в структуре электронного бизнеса России, <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1941&level1=main&level2=articles>
11. Онлайн търговията нарасна с 15% през 2014 http://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/bulgaria/2015/03/09/2487824_onlain_tur_goviiata_narasna_s_15_prez_2014_g/
12. Парушева, С., К., Несторов, Електронен бизнес, втора част, издателство „Наука и кономика“, Икономически университет, Варна, 2014.
13. Сальбер, А., Как открит интернет – магазин, М.: СмартБук, 2008, с. 302.
14. Свраков, А., Брезоева, Б., Костов, Б., С., Милев, Национални счетоводни стандарти, ИК „Труд и право“, 2016

15. Тардаскина Т.Н., Электронная коммерция: учеб. пособ./ Тардаскина Т.Н., Стрельчук Е.Н., Терешко Ю.В. – Одесса: ОНАС им. А.С. Попова, 2011.

16. Шопов, Н., Бизнес модел на колективното пазаруване - кой печели и кой губи, <http://morningbiznews.com/bg/view/1310/>

Нормативни актове

1. Валутен закон, <http://lex.bg/laws/ldoc/-12802047>
2. Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 <http://eur-lex.europa.eu/>
3. Закон за електронната търговия <http://lex.bg/laws/ldoc/2135530547>
4. Закон за електронния документ и електронния подпис <http://lex.bg/laws/ldoc/2135180800>
5. Закон за платежните услуги и платежните системи <http://www.lex.bg/laws/ldoc/2135625744>
6. Закон за счетоводството <http://lex.bg/laws/ldoc/2135213569>
7. Закон за ДДС <http://www.nap.bg/>
8. Закон за корпоративното подоходно облагане <http://www.nap.bg/>
9. Закон за данъците върху доходите на физическите лица <http://www.nap.bg/>
10. Закон за акцизите и митническите складове <http://www.nap.bg/>
11. Закон за защита на потребителя <http://lex.bg/laws/ldoc/2135513678>
12. Кодекс за социално осигуряване, <http://www.lex.bg/bg/laws/ldoc/1597824512>
13. Кодекс за здравното осигуряване, <http://lex.bg/laws/ldoc/2134412800>
14. МСФО 5 Нетекущи активи, държани за продажба и преустановени дейности <http://balans.bg/267-msfo-5-netekushti-aktivi-dyrjani-za-prodajba-i-preustanoveni-dejnosti/>
15. Наредба № н-18 от 13.12.2006 г. за регистриране и отчитане на продажби в търговските обекти чрез фискални устройства <http://lex.bg/laws/ldoc/2135540645>
16. Правилник за прилагане на Закона за данък върху добавената стойност <http://lex.bg/laws/ldoc/2135534826>
17. Търговски закон <http://lex.bg/laws/ldoc/-14917630>