

СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ДОКУМЕНТИРАНЕТО, СЧЕТОВОДНОТО ОТЧИТАНЕ И ДАНЪЧНОТО ОБЛАГАНЕ НА ДЕЙНОСТТА НА ЕЛЕКТРОНЕН МАГАЗИН

Д-р Диана Стоянова Янкова¹

Резюме: Бързото развитие на технологиите оказва влияние върху всички аспекти от живота на хората. Изключително силно въздействие се наблюдава и върху търговията. Формира се нова разновидност – така наречената „електронна търговия“, която набира изключителна популярност. Електронната търговия е привлекателна заради по-лесния достъп и бързина в пазаруването – необходимо е наличието на мобилно устройство и интернет. Подсигурява много по-голям достъп до клиенти, които не са ограничени от локацията на магазина. Предоставя много по-големи възможности за реклама и маркетинг. Допълнително предимство е неограничеността по отношение на работното време. В статията е направен опит да се систематизират основните възможности и нормативни изисквания по изграждането на електронен магазин. Дадени са отговори на най-честите въпроси, които възникват и се задават от икономическите субекти, посочени са конкретни специфични изисквания, които е необходимо да се изпълнят, преди да се започне дейност като електронен магазин. Представени са специфичните особености на документирането, както и последните промени, свързани със счетоводното отчитане и данъчното облагане на дейността на електронен магазин.

Ключови думи: електронна търговия, електронен магазин, счетоводни и данъчни аспекти.

JEL: K 230, L 810, M 130, M 410, M 480.

¹ Счетоводна кантора „КЛУБ 5“ ООД.

Увод

Електронната търговия се характеризира с много бърз темп на развитие през последните години. То е свързано и естествено продължение от бързото и широко разпространение на информационните технологии като цяло – интернет, комуникации и други. Възможността да се купи или продаде дадена стока или услуга дори от мобилни устройства – телефон или таблет, улеснява и ускорява още повече този тип търговия. Широко разпространено е мнението, че първоначалните разходи и институционалните пречки по започване на такъв вид бизнес са по-малко, което е допълнително условие, привличащо икономическите субекти, желаещи да се занимават с онлайн търговия.

Целта на настоящата разработка е да се разгледат специфичните особености на електронната търговия и нормативните изисквания за изграждане на електронен магазин, както и да се систематизират и представят счетоводните и данъчните аспекти на този бизнес.

За целта са поставени следните задачи:

- да се разгледат възможностите и нормативните изисквания във връзка със създаването на електронен магазин;
- да се представят специфичните особености на документирането, счетоводното отчитане и данъчното облагане на дейността на електронен магазин;
- да се направят изводи относно изграждането и функционирането на електронен магазин.

Основното определение за електронна търговия е дадено в Закона за електронната търговия, съгласно чл. 1, ал. 2 и 3 (Закон за електронната търговия, 2018) електронната търговия е предоставянето на услуги на информационното общество, това най-често са услуги, включително предоставяне на търговски съобщения, които обикновено са възмездни и се предоставят от разстояние чрез използването на електронни средства след изрично изявление от страна на получателя на услугата. Съгласно последните изменения в ЗДДС, по-конкретно § 1, т. 87 от допълнителните разпоредби е дадено следното определение за "електронен магазин": „интернет-сайт, чрез който се извършва продажба на стоки/услуги чрез сключване на договор от разстояние по чл.

45 от Закона за защита на потребителите и който има вградена функционалност за избор, включване и изключване на стоки/услуги в потребителска кошница, за въвеждане на информация за купувача, адреса на доставка и за избор на метод за плащане“ (Закон за данък добавена стойност, 2018). „Електронната търговия се състои в купуването и продаването на продукти и услуги чрез електронни системи като Интернет и други компютърни мрежи“.² Може да се срещне под наименованието онлайн търговия, е – търговия, B2B – (бизнес към бизнес), B2C – (бизнес към клиент), интернет търговия и други. Проявлението може да е под формата на електронен магазин, електронен мол или електронен търг (аукцион).

По данни на НСИ за 2018 г. предприятията, които имат уебсайт, са 51,10%, лицата, ползващи мобилни устройства, са 55,90%, а лицата, които са поръчвали или купували стоки или услуги по интернет, са 20,80%. За сравнение за същите показатели през 2013 г. са: имащи уебсайт – 46,60%, ползващи мобилни устройства – 13,10%, поръчвали стоки или услуги по интернет – 12,10%.³ „Онлайн търговията в България нараства до 664 млн. евро през 2018 г. Това става ясно от Европейския доклад за електронна търговия за 2018 г., представен от е Commerce Europe, Euro Commerce и е Commerce Foundation в Брюксел. Ръстът на пазара за 2018 г. спрямо 2017 г. достига 30%. За сравнение през 2017 г. обемът на онлайн търговията е 511 млн. евро с ръст от 22% спрямо 2016 г.“⁴

След тези данни възниква и въпросът, кое прави електронната търговия толкова привлекателна? Отговорът на този въпрос се състои в следното:

- няма ограничение по време и място – онлайн магазинът е отворен 24 часа в денонощието;

²За повече подробности: вж.

https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0_%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%8F

³За повече подробности вж.

<http://www.nsi.bg/bg/content/2722/%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE>

⁴ За повече подробности вж. <https://www.investor.bg/web/456/a/onlain-tirgoviiata-v-bylgaria-e-narasnala-s-30-prez-2018-g-spriamo-2017-g-270887/>

СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ДОКУМЕНТИРАНЕТО ...

- може да присъства на всички пазари и да се посети от всяка точка на планетата;
- неограничен брой клиенти;
- разнообразни възможности за реклама и маркетинг;
- съкращаване на времето за пазаруване;
- едно от най-голямото предимство на електронните магазини е възможността да се купи или продаде дадена стока или услуга без физическото присъствие в магазин.

В повечето специализирани публикации по темата, както и в самото законодателство, не се прави съществена разлика между един реален магазин и онлайн такъв. В онлайн магазина се предлагат стоки или услуги както в реален магазин, разликата е в оформлението. Стоките не са изложени на щандове или рафтове, а на т.н. електронна витрина. Въпреки набиращата си популярност, електронната търговия е материя, която има известни въпроси, свързани със започване на дейността, нейното отчитане и контрол. По отношение на данъчното законодателство онлайн магазинът трябва да отговаря на същите условия като реалния. Следват се разпоредбите на Закона за счетоводството, НСС, МСФО, ЗДДС, Търговския закон, ЗКПО, ЗДДФЛ. Предвид спецификата на материята има някои допълнителни законови изисквания при работа по този начин. Правила за онлайн търговията са въведени и следва да се спазват съгласно: Закона за електронната търговия, Закона за електронните съобщения, Закона за защита на потребителите, Закона за защита на личните данни. Счита се, че започването на онлайн бизнес и създаването на електронен магазин е по-лесно отколкото на реален. Въпреки всичко стъпките, през които трябва да се мине, както и нормативните изисквания, не са малко.

1. Изисквания, свързани с изграждането на електронен магазин

✓ *Необходимо ли е създаването на фирма?*

Първоначално един от основните въпроси е дали е необходимо да се създаде *фирма* или може да се извършва тази дейност като фи-

зическо лице? След като ще се извършва търговска дейност, е препоръчително, лицето, желаещо да се занимава с онлайн търговия, да се регистрира като едноличен търговец (ЕТ) или да създаде дружество под формата – ЕООД или ООД. При положение че търговецът се регистрира като ЕТ, то той подлежи на облагане на доходите от дейност по реда на ЗДДФЛ, ако регистрира дружество, приходите от дейността следва да се облагат по реда на ЗКПО. Продажбите на стоки и услуги по интернет имат характер на разносна търговия, съгласно НАРЕДБА № Н-18 от 13.12.2006 г., поради тази причина не подлежат на облагане по Закона за местните данъци и такси (Закон за местните данъци и такси, 1997).

✓ *Необходимо ли е да има склад?*

Много от икономическите субекти, които желаят да открият електронен магазин, вече имат реален такъв, като със създаването на електронния целят да увеличат продажбите си, да увеличат достъпа до повече клиенти, да разширят рекламата си. В този случай се предполага, че имат складово помещение, където се съхраняват стоките. За създаването на онлайн магазина няма да е необходим допълнителен склад. Съществува друг вариант, при който тепърва се започва дейност, без икономическите субекти да имат реален магазин. В този случай най-честите възможности са да се наеме или да се купи помещение за склад, където да се съхраняват физически предлаганите стоки. Друг вариант е, директно от производителя да се изпраща стоката на клиента, без да се налага да се съхранява някъде, т.н. дропшипинг.

✓ *Необходимо ли е да се сключват договори с куриери?*

При условие че доставките ще се извършват с куриер и в зависимост от методите на плащане, също е желателно да има сключени договори с куриери. В зависимост от това дали ще се извършват продажби с наложен платеж, се определя и комисиона на куриера и всички допълнителни разходи по доставката на стоката. Определя се начинът на разплащане – дали ще се превеждат парите по банкова сметка на търговеца или ще се дават в брой.

✓ *По какъв начин ще се осъществяват доставките?*

Вариантите са няколко: собствена доставка, при която търговецът сам или наето от него лице извършва доставката, доставка с ку-

СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ДОКУМЕНТИРАНЕТО ...

риер, дропшипинг – търговецът не притежава в наличност предлаганите стоки, а препраща заявките към производителя, който директно ги изпраща към клиента; когато става въпрос за стоки или услуги, които нямат материален характер и се съхраняват в дигитален формат – тогава се използва т.н. метод „сваляне на файл“.⁵

✓ По какъв начин ще се осъществява разплащането?

Работата с онлайн магазин предполага много широк кръг от видове системи за разплащане. На първо място, когато търговецът извършва сам доставката, заплащането може да е в брой при самата доставка. Други видове разплащания са: плащане с наложен платеж; плащане чрез банков превод с онлайн банкиране; плащане с пощенски превод; плащане с кредитна или дебитна карта; плащане чрез онлайн система за разплащане (Pay Pal, Easy Pay, e Pay и др.). Когато плащането се извършва чрез посочените системи за разплащане, следва да се извърши проверка в публичния регистър по чл. 17 от ЗПУПС в БНБ, за да се установи дали посочените дружества фигурират в този регистър като лицензирани платежни институции. При положение че същите са посочени в регистъра, това означава, че ще се осъществява плащане чрез дружества, лицензирани да извършват дейност като платежна институция по смисъла на ЗПУПС. В този случай по силата на чл. 3, ал. 1 от Наредба №Н-18 не е задължително издаването на фискална касова бележка от фискално устройство.

През последните години някои сайтовете предлагат и възможност за разплащане чрез криптовалута (Bitcoin, Litecoin, Peercoin и др.), която към момента не е призната като средство за размяна в нашата страна.

От счетоводна гледна точка за отчитането на различните видове продажби е желателно да се направи допълнителна аналитичност по видове разплащания, както аналитично да се отчитат и документите, свързани с комисионите, разходите по доставката.

✓ Необходимо ли е да има назначени хора?

След като онлайн магазинът не се различава от реалния, следователно подлежи на същите правила за облагане на приходите от дейността както обикновен магазин. Осигуряването на собственика,

⁵ За повече подробности вж. Петров, Я (н. д.). Данъчен контрол върху интернет търговията в България, Свищов.

назначаването и осигуряването на работници или служители следва да се извършват по стандартния ред. Работници и служители се назначават съгласно разпоредбите на КТ, търговецът следва да подаде уведомление по чл. 62, ал. 5 от КТ в НАП. Осигуряването им е съгласно КСО и КЗО, минималните осигурителни прагове следва да се съобразят от кода на икономическата дейност на търговеца, както и от това, в коя група попада изпълняваната от тях длъжност.

✓ Специфични изисквания преди започване на дейност

Преди започване на дейността трябва да се имат предвид най-новите изменения в НАРЕДБА № Н-18, където е създадена глава седма „Г“ с чл. 52м и 52н: Изисквания към лицата, които ще извършват продажби чрез електронен магазин. Съгласно чл. 52м лицата, желаещи да извършват продажби чрез електронен магазин, преди започване на дейност трябва да представят информация по електронен път с КЕП (квалифициран електронен подпис) в НАП. Такава информация се подава за всеки един електронен магазин. Информацията, която се подава, е съгласно Приложение № 33 към чл. 52 м, ал. 1 и включва следното:

- наименование на електронния магазин;
- наименование на домейна на електронния магазин;
- информация за лицето, извършващо продажбите – дали е физическо или юридическо лице;
- ЕИК;
- седалище;
- адрес на управление и за кореспонденция;
- начин на извършване на продажбите;
- каква е собствеността на магазина, информация за собственика на домейна;
- къде е хостван уебсайтът;
- информация за доставчика на хостинг услугата;
- информация за поддръжката на сайта;
- къде се съхранява базата данни на софтуера;
- вид на продаваните стоки или услуги;
- начална дата на работа на магазина, прекратяване на работата на магазина;
- дата на подаване на информацията в НАП.

СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ДОКУМЕНТИРАНЕТО ...

Ако се налага промяна в информацията или се прекрати дейност в 7-дневен срок следва да се подаде отново информация в НАП.

Лицата, които осъществяват дейност по добиване, преработване и сделки с благородни метали и скъпоценни камъни и изделия със и от тях, по занятие са длъжни да се регистрират в Министерството на финансите в 14-дневен срок преди започване на дейността. Вписването в публичния регистър се удостоверява с издаване на Удостоверение от Министерството на финансите. Добиване, преработване и сделки с благородни метали и скъпоценни камъни и изделия със и от тях могат да извършват лицата, които са търговци с вписан предмет на дейност работа с благородни метали и скъпоценни камъни и изделия със и от тях или са дружества по чл. 357 от Закона за задълженията и договорите, когато извършват такава дейност по занятие и са вписани в публичния регистър на лицата, осъществяващи тези дейности. Вписването в регистъра се извършва въз основа на писмено заявление по образец съгласно Приложение № 1 от Наредбата.⁶

Друго важно изискване при изграждане на онлайн магазина е, че търговецът трябва да публикува на страницата си информация, свързана с: името на фирмата, адрес и седалище на управление, данни за кореспонденция, ЕИК, телефон, електронна поща, регистриран ли е по ЗДДС.⁷

2. Изисквания, свързани със счетоводното отчитане и документиране на електронния магазин

✓ *Необходим ли е касов апарат?*

Съгласно НАРЕДБА № Н-18 от 13.12.2006 г. онлайн търговията е приравнена като „разносна търговия”. В общия случай съгласно чл. 25, ал. 2 „При разносна търговия фискалната касова бележка се издава от лицето по чл. 3 и се предава на разносвача, който от своя страна я

⁶За повече подробности вж. <http://www.minfin.bg/bg/628>

⁷ За повече подробности

вж. <https://advokattrifonov.com/%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0-%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%8F/>

предоставя на купувача при плащането” (Наредба № Н-18, 2006). Чл. 3 от Наредбата гласи „Всяко лице е длъжно да регистрира и отчита извършваните от него продажби на стоки или услуги във или от търговски обект чрез издаване на фискална касова бележка от ФУ или касова бележка от ИАСУТД, освен когато плащането се извършва чрез внасяне на пари в наличност по платежна сметка, кредитен превод, директен дебит или наличен паричен превод, извършен чрез доставчик на платежна услуга по смисъла на Закона за платежните услуги и платежните системи, или чрез пощенски паричен превод, извършен чрез лицензиран пощенски оператор за извършване на пощенски парични преводи по смисъла на Закона за пощенските услуги.“ Това означава, че търговецът трябва да има регистриран касов апарат, при условие че извършва сам доставките на стоката.

✓ По какъв начин ще се регистрират продажбите и какъв документ следва да се издава, за да се документира продажбата?

Когато търговецът работи от свое име, а не извършва дейност на комисионер, попада в обсега на гореспоменатите членове на НАРЕДБА № Н-18. Когато доставката на стоката се извършва от самия търговец и не се използва услугата на куриер, към всички документи, съпътстващи стоката, да се издаде касов бон за стойността на стоката. Възможно е да се прикрепи и фактура, но ако лицето е физическо лице и не изисква такъв документ, издаването на касов бон е достатъчно условие за регистриране на продажбата. Когато плащането се извършва с наложен платеж, търговецът не трябва да издава касов бон. В този случай се ползва услугата на доставчик на платежни услуги. Извършен чрез доставчик на платежна услуга по смисъла на Закона за платежните услуги и платежните системи, или чрез пощенски паричен превод, извършен чрез лицензиран пощенски оператор за извършване на пощенски парични преводи по смисъла на Закона за пощенските услуги. Наложеният платеж е пощенска услуга по смисъла на Закона за пощенските услуги и не бива да се бърка с наличния паричен превод, който е услуга по Закона за платежните услуги и платежните системи. Плащането може да бъде извършено и чрез доставчик на платежни услуги. В този случай касов бон не се издава, тъй като това са налични парични

СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ДОКУМЕНТИРАНЕТО ...

преводи чрез посредник. Отчитането на продажбата става, като се издаде фактура или отчет за продажбите, след като търговецът получи от куриерската фирма парите по банков път или в брой. В случаите, когато получателят на стоката е физическо лице и изрично е заявил, че не желае фактура, а същевременно търговецът е освободен от задължението да издаде касова бележка в гореописаните хипотези, за счетоводни цели, следва да се издаде така наречената „фактура към населението“, на база на която да се извършва счетоводното документиране на продажбите. Тъй като търговецът следва да заплати на куриерската служба разходите за комисионата или някаква абонаментна такса, той може да получи събраната сума от клиента, намалена с комисиона на куриера и всички допълнителни разходи по доставката, но като приход, който трябва да отчете цялата стойност на продажбата на стоката.

Когато търговецът работи като посредник и се спазват условията на дропшипинга, то регистрирането на продажбите става съгласно чл. 29. (1) на НАРЕДБА № Н-18, „когато лицето по чл. 3 извършва дейност като комисионер от чуждо име и за чужда сметка или събира суми от името и за сметка на друго лице, продажбите се регистрират, както следва:

1. чрез ФУ на доверителя, или
2. чрез ФУ на лицето по чл. 3.

(2) В случаите по ал. 1, т. 1 продажбите се регистрират по общия ред.

(3) В случаите по ал. 1, т. 2 ФУ се програмира така, че продажбите на доверителя да се регистрират като продажби в отделен департамент за всеки доверител, като департаментът посочва името на доверителя.

(5) В случаите по ал. 1, т. 2 в дневния финансов отчет на лицето по чл. 3 се отпечатва оборотът на всеки доверител и в книгата за дневните финансови отчети на страницата за последния ден от месеца лицето по чл. 3 сумира и вписва натрупания оборот от продажбите за месеца по доверители, като продажбите по ал. 4 се вписват на един ред.“

✓ По какъв начин да се организира счетоводното отчитане на приходите?

При положение че търговецът има реален магазин или решава да продава стоки, които ще съхранява на склад, то приходите, които формира, следва да се отчитат по приходната сметка 702 – приходи от продажба на стоки. Вариантът, при който действа като посредник между производителя и клиента, т.н. дропшипинг, реално приходите не би следвало да се отчитат като приходи от продажба на стоки, а като приходи от посредничество. Същността на дропшипинга се състои в това, че се сключва договор за посредничество между производителя или доставчика на стоките и търговеца, за продажбата, разпространението на стоки или услуги. За тази си услуга търговецът получава от производителя или доставчика процент от продажбите или разликата между продажната цена и цената на доставчика. В този случай приходи на търговеца ще са само договореният процент за извършената услуга или продадената стока. Така приходите, които формира, следва да отчита по сметка 703 – приходи от продажба на услуги.

✓ Отчитане на първоначалните разходи по изграждане на електронния магазин

Първоначалните разходите по изграждането на електронен магазин не са малко. Следва да се прецени дали ще се третират като нематериален актив, който да подлежи на амортизиране, или да се третират като разходи по учредяване и реклама, и директно да бъдат отчетени като текущи разходи. В зависимост от цената на сайта, дали ще се плаща само месечен абонамент за неговата поддръжка или ще се купи готов софтуер, отново трябва да се прецени дали да се признае за ДНМА или текущ разход.

3. Изисквания, свързани с данъчния контрол

✓ Необходима ли е регистрация по ДДС?

В ЗДДС не е предвиден специален ред за регистрация на лица, извършващи интернет търговия. Към днешна дата регистрацията по ЗДДС при извършване на търговия по електронен път не е задължителна. Това се отнася за сделки, които се отчитат по общия ред – нямат

СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ДОКУМЕНТИРАНЕТО ...

някакви специфични особености, има се предвид най-опростения случай, при който търговецът продава стоки на лица от страната. На задължителна регистрация по чл. 96, ал.1 от ЗДДС търговецът ще подлежи при достигане на облагаем оборот от 70 000 лв. или повече за период, не по-дълъг от последните 12 последователни месеца преди текущия месец. В този случай в 14-дневен срок от изтичането на данъчния период, през който е достигнат този оборот, следва да се подаде заявление за регистрация по ЗДДС. Важно е да се знае, че облагаеми доставки на стоки са всички, които се намират на територията на страната при започване на превоза или изпращането им към получателя, формират облагаем оборот за регистрация по ЗДДС за данъчно задълженото лице, извършило доставките, независимо от това дали получателите по тях са данъчно задължени или данъчно незадължени лица. За определяне на оборота, въпреки че онлайн магазинът се приравнява на реален такъв, съществуват някои особености, предвид спецификата на дейност, произтичаща от разликата във времето при доставката на стоката. При продажба на стоки чрез поръчка по пощата или по електронен път датата на данъчното събитие е датата, на която доставчикът получи плащането (чл.25, ал.3, т.4 от ЗДДС).

Разбира се, ако търговецът желае, може да се регистрира по ЗДДС при започване на дейността „всяко данъчно задължено лице, за което не са налице условията за задължителна регистрация по чл. 96 от ЗДДС, има право да се регистрира по този закон чл. 100, ал. 1 от ЗДДС.“⁸

Създаването на електронен магазин много често се свързва с идеята и възможността да се разшири достъпът до клиенти. Именно неограничеността по време и място е едно от предимствата на онлайн магазините. Следователно много от клиентите може да са и чуждестранни лица от други страни, а не само местни лица. В тези случаи доставките на стоките ще са извън страната. Това са т.н. „дистанционни продажби“ – извършвани от български лица към получатели на територията на други държави – членки на ЕС. В чл.14 от ЗДДС са посочени условията, при които доставката на стоки представлява дистанционна продажба. В чл.20 от ЗДДС са посочени условията за определяне на

⁸ За повече подробности вж. <http://www.nap.bg/page?id=416>

мястото на изпълнение на доставка при дистанционна продажба. В този случай търговецът следва да е регистриран по ЗДДС, като за клиентите физически лица на територията на страната и в страни от ЕС се начислява 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 достигане на този праг мястото на изпълнение на дистанционните продажби се променя. Търговецът 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. Съгласно разпоредбата на чл. 73, ал. 3 от ППЗДДС, която задължава лицата, извършващи дистанционна продажба на стоки да определят текущо общата сума на доставките на стоки при условията на дистанционни продажби за всяка конкретна държава – членка поотделно и да определят за всяка от двете календарни години преди текущата сумата на данъчните основи на извършените доставки при условията на дистанционни продажби за всяка конкретна държава – членка поотделно. По този начин търговците ще следят оборотите си от дистанционни продажби, с цел да не пропуснат своето задължение, да се регистрират по Закона за ДДС в друга държава – членка.⁹ Поради тази причина за улесняване на счетоводната отчетност и следене на оборотите е желателно 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 – членка.

Когато обаче търговецът извършва продажба на стоки на чужди данъчно задължени лица или незадължени юридически лица, ще е на лице вътреобщностна доставка (ВОД), тъй като ще са възникнали условията на чл. 7, ал. 1 от ППЗДДС. ВОД са с място на изпълнение на територията на страната и се облагат с нулева ставка. Трябва обаче да са спазени разпоредбите на чл. 45 от ППЗДДС, ако превозът на стоките от страната до друга страна – членка се извършва от трето лице за сметка на търговеца, няма да се допусне писмено потвърждение за

⁹ За повече подробности вж. <https://www.megabalans.com/blog/item/61-onlain-targoviya-sas-stoki-i-neinoto-tretirane-spered-zdds>

СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ДОКУМЕНТИРАНЕТО ...

удостоверяване на ВОД. Затова ще трябва фактура, която да е издадена от доставчика на стоките и в нея да бъде посочен номерът по ДДС на получателя. Заедно с това обаче продавачът на стоките трябва да притежава и транспортен документ (международна товарителница), която да съдържа подписи, печати, дати и място на получаване.

Ако продажбата на стоките обаче се извършва за клиенти, които са извън Европейския съюз, то ще е налице износ. В този случай продажбата на стоките се определя като облагаема доставка с нулева ставка по реда на чл. 28 от ЗДДС. В тази ситуация необходимите документи, с които трябва да разполага фирмата, са упоменати в чл. 21, ал. 1 от ППЗДДС. Като тук освен фактура и товарителница, трябва да се приложи и митническа декларация, която да удостоверява износа.

Заключение

С настоящата разработка е събрана актуална информация, разгледани са основните въпроси и нормативните регламенти по отношение на изисквания, свързани със започване на дейност на електронен магазин. Показани са специфични особености на документирането, счетоводното отчитане и данъчното облагане на дейността на електронен магазин.

Предвид високия интерес към тематиката, бързото ѝ развитие авторът счита, че има още въпроси, които подлежат на разясняване. Подобряването на данъчния контрол и отчитането на този вид дейност ще търпи промени, за да може да се обхване цялата същност на електронната търговия.

Използвани източници

Закон за данък добавена стойност - доп. ДВ, бр. 98 от 27 ноември 2018 г.
НАРЕДБА № Н-18 ОТ 13 ДЕКЕМВРИ 2006 г. за регистриране и отчитане чрез фискални устройства на продажбите в търговските обекти, изисквания към софтуерите за управлението им и

изисквания към лицата, които извършват продажби чрез електронен магазин (загл. изм. – ДВ, бр. 80 от 2018 г.)

Закон за електронната търговия – доп. ДВ, бр.94 от 13 ноември 2018г.

Закон за местните данъци и такси. – доп. ДВ, 1 от 3 януари 2019 г.

Димитрова, Р. (2016). Електронен магазин – особености в счетоводните и данъчни аспекти на дейността, сп. Диалог,

Петров, Я. (н. д.). Данъчен контрол върху интернет търговията в България, Свищов.

<https://www.investor.bg/web/456/a/onlain-tyrgoviiata-v-bylgariia-e-narasnala-s-30-prez-2018-g-spriamo-2017-g-270887/>

https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0_%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%8F

<http://www.nsi.bg/bg/content/2722/%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE>

<http://www.nap.bg/page?id=416>

<https://www.megabalans.com/blog/item/61-onlain-targoviya-sas-stoki-i-neinoto-tretirane-spered-zdds>

<http://www.minfin.bg/bg/628>

<https://advokattrifonov.com/%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0-%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%8F/>

СЪДЪРЖАНИЕ

ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ технологии

ПРАКТИЧЕСКИ ПОДХОД ЗА ИНТЕГРИРАНЕ НА ХЕТЕРОГЕННИ СИСТЕМИ

Доц. д-р Моника Цанева 5

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА АРХИТЕКТУРНИТЕ РЕШЕНИЯ ПРИ СИСТЕМИТЕ ЗА УЕБ ПУБЛИКАЦИИ

Гл. ас. д-р Пламен Христов Милев 17

ФИРМЕНА конкурентоспособност

ИЗПОЛЗВАНЕ НА СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ КАТО ЕФЕКТИВЕН ИНСТРУМЕНТ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА УСТОЙЧИВИ КОНКУРЕНТНИ ПРЕДИМСТВА

Д-р Далиборка Блажеска
Д-р Наташа Ристовска 34

ВЛИЯНИЕ НА ТЕХНОЛОГИЧНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО НА ЧОВЕШКИЯ ПОТЕНЦИАЛ В ХИМИЧЕСКИТЕ КОМПАНИИ В ЕГИПЕТ

Мохамед Мустафа Али Албаз 50

СЧЕТОВОДСТВО и одит

СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ДОКУМЕНТИРАНЕТО, СЧЕТОВОДНОТО ОТЧИТАНЕ И ДАНЪЧНОТО ОБЛАГАНЕ НА ДЕЙНОСТТА НА ЕЛЕКТРОНЕН МАГАЗИН

Д-р Диана Стоянова Янкова 72

Редколегия на сп. „Бизнес управление“

Красимир Шишманов – главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Никола Янков – зам. главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Иван Марчевски, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Ирена Емилова, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Любчо Варамезов, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Румен Ерусалимов, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Силвия Костова, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Международна редколегия на сп. „Бизнес управление“

Александру Неделеа – Университет „Стефан Велики“, Сучава, Румъния

Дмитрий Владимирович Чистов, – ФГОБУ ВПО Финансов университет при правителството на руската федерация, Москва, Русия

Йоана Панагорец – Университет Валахия, Търговище, Румъния

Йото Йотов – Драксел университет, Филадельфия, САЩ

Махмуд Ел Батран – Университет Кайро, Кайро, Египет

Наталья Борисовна Голованова – Московски технологически университет, Москва, Русия

Татяна Викторовна Орехова – Донецки национален университет, Виница, Украйна

Тадиа Джукич —Университет в Ниш, Ниш, Сърбия

Ян Тадеуш Дуда – АГН Университет за наука и технологии, Краков, Полша

Виктор Чужиков – Киевски национален икономически университет "Вадим Гетман", Киев, Украйна

Стилов редактор – Анка Танева

Превод на английски език – ст. преп. Цветана Шенкова, ст. преп.

Даниела Стоилова, ст. преп. Иванка Борисова

Превод на руски език – ст. преп. Ирина Иванова

Технически секретар – ас. Живка Тананеева

Отпечатването на списанието за 2019 г. се осъществява с безвъзмездната финансова помощ на Фонд "Научни изследвания" - НП 07/58, съгласно Договор КП-06-НП/36 от 12.12.2018, по конкурс "Българска научна периодика - 2018 г."

Дадено за печат на 28.05.2019 г., излязло от печат на 10.06.2019 г.,
формат 70x100/16, тираж 100

© Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов,
ул. „Ем. Чакаров“ 2, тел.: +359 631 66298

© Академично издателство „Ценов“, Свищов, ул. „Градево“ 24

ISSN 0861 - 6604

БИЗНЕС управление

БИЗНЕС управление 2/2019

ИЗДАНИЕ НА
СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ
„Д. А. ЦЕНОВ“ - СВИЩОВ



2/2019

КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ И АВТОРИТЕ НА СПИСАНИЕ „БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ“

Списание „БИЗНЕС управление“ публикува изследователски статии, методологически и методически разработки и прегледи, рецензии, опит.

1. Обем:

Статии: минимум - 12 страници; максимум – 20 страници;
Прегледи, рецензии, опит: минимум – 5 страници; максимум -10 страници.

2. Депозирание на материалите:

- на хартиен носител и в електронен вид (по E-mail и/или на CD);

3. Технически характеристики:

- изпълнение Word 2003 (минимум);
- размер на страницата - A4, 29-31 реда и 60-65 знака на ред;
- разстояние между редовете 1,5 lines (At least 22 pt);
- шрифт - Times New Roman 14 pt;
- полета - Top - 2.54 см.; Bottom - 2.54 см; Left - 3.17 см; Right - 3.17 см;
- номерация на страницата - долу вдясно;
- текст под линия - размер 10 pt;
- графики и фигури - Word 2003 или Power Point.

4. Оформление:

- наименование на статията, име на автора, научна степен, научно звание - шрифт Times New Roman, 14 pt, с големи букви Bold - центрирано;
- наименование и адрес на местоработата; телефони за контакти и E-mail;
- резюме на български език в обем до 30 реда; ключови думи - от 3 до 5;
- **JEL** класификация на публикациите с икономически характер (<http://ideas.repec.org/j/index.html>);
- основен текст (изложение);
- таблиците, графиките и фигурите се вграждат софтуерно в текста (да позволяват езикова корекция и превод на английски). Цифрите и текстът вътре в тях се изписват с шрифт Times New Roman 12 pt;
- формулите се създават с Equation Editor;

5. Правила за цитиране под линия:

При цитиране да се спазват изискванията на **APA Style (American Psychological Association)**, поместени тук: <https://www.uni-svishtov.bg/?page=page&id=71>

Всеки автор носи отговорност за отстояваните идеи, съдържанието и техническото оформление на своя текст.

6. Контакти:

Главен редактор: тел.: (+359) 631-66-397
Зам.-главен редактор: тел.: (+359) 631-66-299
Стилов редактор: тел.: (+359) 631-66-335
E-mail: zh.tananeeva@uni-svishtov.bg ; bm@uni-svishtov.bg
Адрес: Стопанска академия „Д. А. Ценов“, ул. „Ем. Чакъров“ №2, Свищов, България