КРЪГЛА МАСА С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ

ТЪРГОВИЯТА – НАУЧНО ЗНАНИЕ И БИЗНЕС РЕАЛНОСТ

Сборник с доклади

АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ЦЕНОВ" СВИЩОВ

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

доц. д-р Теодора Филипова
доц. д-р Петранка Мидова
доц. д-р Симеонка Петрова
доц. д-р Венцислав Перков
гл. ас. д-р Зоя Иванова
гл. ас. д-р Иван Маринов
докт. Никола Илчев

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Председател:
Доц. д-р Светослав Илийчовски

Членове:
проф. д-р Анета Денева
проф. д-р Теодора Димитрова
проф. д-р Атанас Атанасов
доц. д-р Теодора Филипова
доц. д-р Петранка Мидова
доц. д-р Симеонка Петрова
доц. д-р Венцислав Перков



ISBN 978-954-23-2005-0

СЪДЪРЖАНИЕ

Катедра „Търговски бизнес“: 30 години обучение, академична мисия и проекции на бъдещето
Доц. д-р Теодора Филипова 5

Пленарни доклади

Новата „реалност“ в търговския бизнес
Проф. д-р Данчо Данчев 32

Омниканалното асортиментно планиране и потребителското поведение
Доц. д-р Симеонка Петрова 42

Някои моменти от развитието на корпоративната социална отговорност
Доц. д-р Иванка Николова 52

Тематично направление: Предприемачество и мениджмънт на ресурсите в търговията

Перспективы производства безопасных продуктов питания в условиях организационно-экономической модернизации предприятий пищевой промышленности Украины
Проф. Наталья Валинкевич, д.э.н. 60

Бранд мениджмънт на търговците на дребно
Доц. д-р Виолета Гълъбова 66

Търговски мениджмънт и аспекти на личността
Доц. д-р Явор Янкулов..... 73

Проблемы и перспективы развития коммерческой деятельности торговых предприятий в Украине
Доц. Ангелина Сотник, к.э.н. 81

Офшорните зони като алтернатива за алокация на капитала
Доц. д-р Донка Желязкова 87
Доц. д-р Михал Стоянов

Текстилната индустрия в България – състояние и перспективи
Доц. д-р Сергей Найденов 93
Докторант Калин Киряков

Дефиниране целите на сектор пчеларство от област Русе
Доц. д-р Любомир Любенов..... 99

Антикризисното управление в процеса на глобалната промяна
Доц. д-р Ирена Емилова 107

Иновации и иновационен процес в търговския бизнес
Доц. д-р Анатолий Асенов 112

Елементи и същност на организацията и организации от публичния сектор
Доц. д-р Христо Сирашки 120

HRM системите в търговските предприятия – ключът за успешно управление
Гл. ас. д-р Зоя Иванова..... 128

Глобален недостиг в търговията с графични карти – фактори и тенденции
Гл. ас. д-р Иван Маринов..... 136

Управленски аспекти на търговията в новата дигитална реалност
Гл. ас. д-р Станислава Стоянова..... 144

Въздействие от употребата на пестициди в селското стопанство
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева 152

Култура и мениджмънт на ресурсите при търговията с луксозни стоки
Гл. ас. д-р Иво Велинов 159

Предизвикателства пред виртуалното управление на търговския екип
Ас. д-р Надежда Стефанова..... 168

Основные направления развития перспективы „клиенты“ для потребностей стоимостно-ориентированного управления клиентским капиталом
Татьяна Завалий..... 176

Модели на ситуационно лидерство
Синан Пехливанов..... 181

Тематично направление: Иновации и дигитализация в търговията

Cooperation of Business and Science in the Frames of Technology Parks: Cases of Cee Countries
Prof., DSc. Ihor Lishchynskyy 186
Prof., DSc. Mariia Lyzun

Substantiation of Prospects for Trade Development in the Post-Pandemic Period
Doctor of Economic Sciences, Professor, Maryna Baldzhy 195
PhD in Economics, Victoria Odnolko

Start-up проекты в ритейле
Доц. Светлана Бирюченко, к.э.н. 202

Иновации и дигитализация в сектора на търговията
Доц. д-р Искра Пантелеева..... 206

Роля и влияние на изкуствения интелект върху търговията на дребно
Доц. д-р Надежда Димова 214

Завладени от интернет-на-нещата
Доц. д-р Михал Стоянов 220
Гл. ас. д-р Десислава Гроздева

Форми на проявление на дигитализацията на електроенергетиката – икономически аспекти
Доц. д-р Цветелина Ганкова - Иванова 229

Дигитални решения за реализация на земеделска продукция
Доц. д-р Марина Николова 237

„Системните молове“ и дигиталната революция
Доц. д-р Цветнен Цветков 247

Сравнителен анализ на електронната търговия в Европейския съюз
Доц. д-р Маргарита Шопова 251
Гл. ас. д-р Евгени Овчинников

За продоволствието и продоволствената сигурност – от научното знание до бизнес реалността
Доц. д-р Виолета Блажева 259

Изследване на потенциала за развитие на иновативни форми туризъм в България
Доц. д-р Любка Илиева 265
Сиана Спасова

Управление на складовете – процеси, предизвикателства, практики
Гл. ас. д-р Марияна Кътева 272

Марковата активност – индикатор за иновации
Гл. ас. д-р Венцислава Николова-Минкова 279

Пост-кризисното състояние и проблеми на хотелиерския бизнес в България
Гл. ас. д-р Любомира Тодорова 287

Блокчейн в агробизнеса
Гл. ас. д-р Радка Ненова 293

Дигитални решения в туристическия бизнес
Гл. ас д-р Павлин Павлов 301

Тематично направление:
Моделиране и инвестиционни проекти в търговията

Проектный подход как инструмент реализации политики управлении торгово-обменными операциями
Доц. Мария Плотникова, к.э.н. 306
Доц. Оксана Присяжнюк, к.э.н.

Различни възможности за прогнозиране и планиране на застрахователната дейност
Проф. д-р Росен Тодоров 310

Възможности за определяне на ликвидационната стойност
Доц. д-р Светослав Илийчовски 319

Въздействие на преките чуждестранни инвестиции върху вземанията по лизингови договори – нов бизнес в търговията
Доц. д-р Венцислав Перков 327

Преките чуждестранни инвестиции в икономическите сектори на страната
Доц. д-р Добрин Ганчев 335
Доц. дмн Милена Рачева

Организиране на мърчандайзинговите стокови запаси посредством Economic Order Quantity Model – EOQ
Хон. ас. д-р Светла Атанасова 342

A Model for Internet Payment Systems: Qualitative Risk Assessment
PhD Student Valeriu Cernei 351

Производство и търговия с етерични масла – традиция, бъдеще и здраве
Мая Алексиева 358

Тематично направление: Пазарни проучвания и конкурентоспособност в търговията

Increasing the Competitiveness of Ukrainian and Bulgarian Food Industry Enterprises
Doctor of Economic Sciences, Professor, Maryna Baldzhy 367
Graduate student, Aleksandra Nosachenko

The Trade Sector's Response to the Crisis Caused by the Covid 19 Pandemic
Professor Sreten Ćuzović, PhD 375
Associate Professor Svetlana Sokolov Mladenović, PhD
Đorđe Ćuzović, PhD

Конвергенция между омниканалния ритейлинг, маркетинг и логистика
Доц. д-р Виолета Димитрова 385

Състояние и тенденции на пазара на месо в България
Доц. д-р Петранка Мидова 393

Тенденции в заявителската активност и регистрирането на марки със закрила в България за периода от март 2019 г. до март 2021 г.
Гл. ас. д-р Мариела Димитрова 400

Фрагменти от търговията с хранителни добавки и Covid-19
Гл. ас. д-р Борислав Атанасов 407

Приложение на комуникационни инструменти в хипермаркети „Зора“
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева 413

Регионални аспекти и проблеми на търговията със селскостопанска продукция
д-р Валери Велковски 422

Инвестиционна активност и търговски възможности пред общините от поречието на река Дунав
Гл. ас. д-р Милен Динков 432

Анализ на улова на калкан (Psetta Maxima) в Черно море
Гл. ас. д-р Георги Русенов 439
Доц. д-р Ангелина Иванова
Гл. ас. д-р Мария Янкова
Ас. д-р Василка Кръстева

Здравният туризъм – елемент на продуктовия портфейл на дестинация България
Д-р Кристина Георгиева 443

Проблеми и възможности пред развитието на интермодалния транспорт в България
Докторант Елена Вълчева..... 451

Ценообразуването като конкурентно предимство
Докторант Илияна Дикова..... 459

Дали бъдещето е тук с иновативните 5G технологии в търговията с услуги?
Милан Чернев 466

Футуристичните доставки като конкурентно предимство на WALMART
Милчо Милчев..... 474

Социално-икономическото присъствие на „Загорка“ ад на пазара
Деница Стоянова 480

Тематично направление: Ефективност и социална отговорност в търговията

Съвременни тенденции и предизвикателства в развитието на кооперативната търговия в България
Доц. д-р Бисер Петков..... 489

Кратки бележки по историята за началото на застраховането в България
Проф. д-р Росен Тодоров..... 496

Sustainability Logistics Infrastructure: Conceptual Considerations and Possible Application
Docent, Candidate of Economic Sciences, Alexander Tanichev..... 501

Съвременни аспекти на търговията с пощенски услуги в България
Доц. д-р Теодора Филипова 512

Съвременните потребители, потребителският активизъм и гражданското общество
Гл. ас. д-р Виолета Петева 520

Сдруженията за защита на потребителите – взаимодействия и ползи
Гл. ас. д-р Миглена Душкова 528

Оценка на рентабилността в търговията
Гл. ас. д-р Николинка Игнатова 536

Организационно развитие чрез социално-отговорно поведение
Гл. ас. д-р Десислава Алексиева 544

Липсата на контрол – предпоставка за фалит на търговска верига (по примера на „Пикадили“ ЕАД)
Д-р Цветан Димов 549

Възможности за оценяване ефективността на дистрибуционните канали
Докторант Велизар Йорданов 557

Тематично направление: Стопанска отчетност и финансиране в търговията

Направления формирования учетного обеспечения системы управления земельными ресурсами
Проф. Татьяна Остапчук, д.э.н. 565

Проблеми при счетоводното отчитане на ДДС при продажбата на стоки в условията на Covid 19
Доц. д-р Галя Иванова-Кузманова 570

Изследване влиянието от прилагането на МСФО 15 приходи от договори с клиенти върху дейността на търговските предприятия
Доц. д-р Иван Андреев 576

Структура на продажбите на дребно – състояние и тенденции
Доц. д-р Красимира Славева 582

Изисквания към документирането на търговските сделки
Доц. д-р Славена Стоянова 589

Приложни аспекти на финансовия контрол при стопанската отчетност
Гл. ас. д-р Надежда Цветкова 597

ИЗСЛЕДВАНЕ ВЛИЯНИЕТО ОТ ПРИЛАГАНЕТО НА МСФО 15 ПРИХОДИ ОТ ДОГОВОРИ С КЛИЕНТИ ВЪРХУ ДЕЙНОСТТА НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Доц. д-р Иван Андреев
МВБУ – Ботевград

Резюме: Основната цел *на настоящата научна разработка е очертаване на предизвикателствата пред предприятията с търговска дейност при прилагането постановките на МСФО 15 Приходи от договори с клиенти. Акцентът се поставя върху представянето на практико-приложни възможности за усъвършенстване на счетоводните системи на посочените икономически субекти, с оглед удовлетворяването изискванията на потребителите на счетоводна информация.*

Ключови думи: *счетоводство, приходи, търговска дейност, МСФО 15 Приходи от договори с клиенти*

JEL: *M 41*

INVESTIGATION OF THE IMPACT FROM THE APPLICATION OF IFRS 15 REVENUE FROM CONTRACTS WITH CLIENTS ON THE ACTIVITY OF COMMERCIAL ENTERPRISES

Assoc. Prof. Ivan Andreev, PhD
International Business School – Botevgrad

Abstract: The main Purpose *of this Research is to outline the Challenges facing Companies with commercial activity in applying the provisions of IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. Emphasis is placed on the presentation of practical Opportunities for improving the accounting Systems of these economic Entities, to meet the Requirements of users of accounting Information.*

Key words: *Accounting, Revenue, Commercial Activity, IFRS 15 Revenue from Contracts with Customer*

JEL: *M 41*

Реализираните приходи от продажби са ключов показател и индикатор за резултатите от дейността на икономическите субекти. Правилата, принципите и подходите за тяхното признаване, оценяване, отчитане и представяне продължават да са актуална и дискусионна област в счетоводната теория и практика, поради непрекъснатата еволюция и промяна на характеристиките на търговските сделки за продажби на стоки и услуги. Стремежът е към унифициране на рамката за създаване на счетоводна информация за

приходите от дейността, независимо от икономическата същност на сделките и отрасловата принадлежност на предприятията.

В отговор на очертаните предизвикателства пред глобалните процеси на счетоводно стандартизиране, Бордът по Международни счетоводни стандарти разработи, публикува и одобри за прилагане от 01.01.2018 г. *МСФО 15 Приходи от договори с клиенти* (Регламент (ЕС) 2016/1905 на Комисията от 22 септември 2016 година). Стандартът дефинира изискванията, принципите, правилата и подходите за признаване, оценяване, отчитане и представяне на приходите от дейността на предприятията и паричните потоци, генерирани от договори с клиенти. Водеща е концепцията за прилагането на петстъпков модел, чрез който счетоводното характеризиране на приходите се определя спрямо степента на изпълнение на задълженията на всяка от страните по договора за продажба. Според авторски колектив (Филипова, Георгиев, Атанасов, Петрова & Маринова, 2020): „чрез този подход се прави да се надхвърли чисто транзакционният подход при признаване на приходите (transaction approach) и да се премине към оценъчен подход (valuation approach).“ Неговата същност се изразява в признаването на приходите според степента на изпълнение от страна на предприятието на поетите задължения и момента на прехвърляне на контрола върху стоката и/или услугата на клиента.

В публикувано изследване на Hoogervorst (Hoogervorst, 2019) основните причини за разработването и прилагането на *МСФО 15 Приходи от договори с клиенти* „са свързани със създаването на унифициран принципно базиран подход за признаването и отчитането на приходите от дейността на предприятията, който да отразява начина на извършване на бизнеса, характеристиките на изпълнението на задълженията към клиентите, процесите на създаване на стойност във времето и свързаните с това рискове.“

Предварителните анализи на водещите одиторски компании (Pricewaterhouse Coopers, 2015) за въздействието от прилагането на *МСФО 15 Приходи от договори с клиенти* очертават съществени промени в организацията на счетоводно отчитане на приходите от дейността в предприятията, предлагащи пакетни продукти и услуги, предоставящи услуги по дългосрочни договори, прилагащи търговски сделки с променливи цени и сключващи договори с условни възнаграждения за клиентите. Други автори (Башикиров & Стоянов, 2016, стр. 313) също определят обхвата на дейностите и търговските сделки, върху които оказват влияние постановките на стандарта: „въвеждането на новия МСФО 15 е възможно да не доведе до съществени промени в признаването на приходи от обичайни еднократни договори с клиенти, но със сигурност ще окаже влияние при отчитането на съставните договори, които включват ангажимент за доставка на множество стоки и услуги.“

При прилагането на постановките на *МСФО 15 Приходи от договори с клиенти* предприятията с търговска дейност на **първо място** трябва да

идентифицират всички договори с клиенти. Договор е „споразумение между две или повече страни, което създава обвързващи права и задължения“ (МСФО 15 Приходи от договори с клиенти). Той може да бъде сключен в писмена или устна форма, както и в съответствие с прилаганите бизнес практики. Стандартът определя необходимостта от едновременното изпълнение на следните критерии за признаването и отчитането на договор с клиент:

а) договорът притежава търговска същност, в резултат на неговото изпълнение се очаква да настъпят промени в риска, срочността или сумата на бъдещите парични потоци на предприятието;

б) страните по договора са ангажирани с изпълнението на задълженията си;

в) предприятието може да дефинира правата на всяка от страните по договора;

г) предприятието е в състояние да идентифицира условията за плащане на стоките и/или услугите, предмет на продажба по договора;

д) съществува вероятност предприятието да получи възнаграждение в замяна на изпълнението на доставката на стоки и/или услуги.

Представените изисквания на Стандарта, определят необходимостта търговските предприятия да извършат задълбочен анализ и детайлизиран преглед на параметрите на сключените договори и споразумения за продажби с всички свои клиенти. Практически, това налага разработването на нови софтуерни решения за информационно идентифициране и представяне на сключените договори с клиенти, с оглед достоверно отчитане и представяне както на всеки конкретен договор, така и на основните видове осъществявани търговски сделки.

Втората стъпка при въвеждането и прилагането на петстепенния модел за счетоводно интерпретиране на приходите от договори с клиенти е свързана с *установяването на задълженията за изпълнение на предприятието по всеки конкретен договор за продажба*. *МСФО 15 Приходи от договори с клиенти* определя като задължение за изпълнение: „всеки ангажимент, поет в съответствие с договор с клиент за прехвърляне на стока и/или услуга, или сбор от разграничими стоки и/или услуги, които по същество са идентични и отговарят на сходни критерии“. Идентифицирането на задълженията за изпълнение е определящо за прилагането на новата концепция за признаване на приходите от продажби. Акцентът се поставя върху изпълнението на конкретното задължение, а не върху изпълнението на договора в цялост. Въведени са два критерия за разграничаване и класифициране на отделна стока или услуга:

а) клиентът може да извлече полза от стоката и/или услугата самостоятелно или съвместно с други ресурси, които са на разположение;

б) ясно разграничимо е задължението на предприятието за прехвърляне на стоката и/или услугата от другите поети ангажименти в договора за продажба.

Предприятията с търговска дейност следва да направят анализ на съдържанието на всички сключени и изпълнявани договори, за да конкретизират всяко задължение за изпълнение. Необходимо е самостоятелното характеризиране на всички ангажименти, които са част от търговската политика и практика на икономическия субект и формират валидни очаквания в клиентите.

Трета стъпка при счетоводното интерпретиране на приходите от дейността на търговските предприятия, съгласно изискванията на Стандарта, е определянето на цената на сделката. Тя е: „стойността на възнаграждението, което предприятието очаква да има право в замяна на прехвърлянето на контрола върху стоките или извършването на услугите, с изключение на сумите, събрани от името на трети лица“ (МСФО 15 Приходи от договори с клиенти). Стойностният размер на възнаграждението е възможно да включва различни променливи компоненти (например: ценови отстъпки, бонуси за лоялни клиенти, суми подлежащи на възстановяване, неустойки и др.). Тези компоненти е възможно да са относими както към изпълнението на целия договор, така и към определена част от него. Стандартът изисква променливото възнаграждение да се разпределя изцяло към едно задължение, ако са изпълнени следните условия:

а) условията на променливото плащане се отнасят конкретно до усилията на предприятието да удовлетвори задължението за изпълнение;

б) резултатът от разпределението е съобразен с размера на възнаграждението, което предприятието очаква да получи в замяна на стоките и/или услугите.

Четвъртата стъпка от модела за счетоводно признаване на приходите от продажби, съгласно *МСФО 15 Приходи от договори с клиенти,* се отнася до подходите за *разпределяне на цената на сделката по договор към всяко конкретно задължение за изпълнение*. Стандартът определя базата за разпределение да е единичната продажна цена на всяка уговорена стока и/или услуга. Най-надежден индикатор за определянето на стойността на единичната продажна цена е наличната информация за договорената от предприятието продажна цена на подобни клиенти при аналогични параметри на сделката. При положение, че не са осъществявани подобни продажби за индикатор за стойността се приемат достъпните пазарни данни към момента.

Широко разпространени в дейността на търговските предприятия са практики, свързани с прилагането на „бонусни“ схеми за лоялни клиенти чрез предоставяне на ценови отстъпки за бъдещи покупки при определени условия. Стандартът дефинира разпределяне на цената на първата продажба, съответно формираните приходи между две задължения за изпълнение:

по първата реализирана сделка и по поетия ангажимент за предоставяне на преференциални финансови условия на купувача. По отношение на първоначалната продажба е необходимо да се намали пропорционално размерът на признатите приходи със сумата (приблизителната оценка) на бъдещата отстъпка. Второто задължение се класифицира като условен пасив, защото не е сигурно упражняването на правото за ценови отстъпки от клиентите.

Последната стъпка при прилагането на модела за счетоводно характеризиране на приходите от договори с клиенти е свързана с *признаването на приходи, когато или докато предприятието изпълни задълженията за продажби на стоки или предоставяне на услуги*. Водеща е концепцията за прехвърлянето на контрола върху активите, предмет на сделката. Клиентът получава контрол върху стоките и/или услугите, когато е в състояние самостоятелно да се разпорежда с тях и да генерира икономически ползи. В практиката на търговските предприятия при определени продажби, контролът се прехвърля в конкретен момент, а при други през определен времеви период.

За предприятията с търговска дейност от съществено значение са промените, свързани с прилагането на *МСФО 15 Приходи от договори с клиенти* по отношение признаването на приходите от продажби по сключени договори, при които клиентите имат право да върнат закупените стоки в определен законов срок. Стандартът изисква признаването на приходите да се извърши след като продавачът получи сигурност за резултата от осъществените продажби, т.е. след изтичане на срока за връщане на стоките. През този времеви период отчитащото се предприятие следва да признае и класифицира като активи по договори с клиенти правата върху стоките, предмет на сделката и пасиви по договори с клиенти, свързани със задълженията за възстановяване на стоките.

Систематизирано представените резултати в настоящия научен доклад очертават предизвикателствата пред предприятията с търговска дейност, относно счетоводната рамка за създаване на информация за формираните приходи от продажби на стоки и/или услуги. Прилаганата нова концепция се фокусира върху процесите на създаване на стойност във времето и метрифициране влиянието на основните бизнес рискове, с оглед осигуряване на качествена и надеждна информация за потребителите.

Литература

1. Башикиров, К. & Стоянов, Г. (2016) Новият подход при отчитане на приходите от договори с клиенти. Годишник на ИДЕС, 2016 г., стр. 307-334.

2. Филипова, Ф., Георгиев, В., Атанасов, Ат., Петрова, Р. & Маринова, Р. (2020) Ефекти от прилагането на МСФО 15 Приходи от договори с клиенти в част от българските предприятия за периода 2017-2018 година. (част първа). Електронно списание на ИДЕС, бр. 01/2020, година XXIV.

3. Hoogervorst, H. (2019) The Primary Financial Statements project – a game changer in financial reporting? Seminario international sobre NIIF y NIF, organized by the Consejo Mexicano de Normas de Informacion Financiera (online). Достъп на: http://www.ifrs.org/news-and-events/ 2019/03/ (Последно посещение: 19.08.2021).

4. Международен стандарт за финансово отчитане (МСФО) 15 Приходи от договори с клиенти. Регламент (ЕС) 2016/1905 на Комисията от 22 септември 2016 година за изменение на Регламент (ЕО) № 1126/2008 за приемане на някои международни счетоводни стандарти в съответствие с Регламент (ЕО) № 1606/2002 на Европейския парламент и на Съвета.

5. Pricewaterhouse Coopers (2015) Новият МСФО 15. Как ще се отрази новият МСФО на вашата компания? (online) Достъп на: https://www.pwc/bg/ 2019/03/ (Последно посещение 21.08.2021).