

ELECTRONIC COMMERCE DURING A PANDEMIC

Plamen Iliev

New Bulgarian University Sofia, Bulgaria, kaviplas@abv.bg /pkiliev@nbu.bg

Abstract: In recent years, many people are already buying the goods they need on the Internet, electronically or online, forced to a large extent by the pandemic, and attracted somewhat by the speed, low prices and hanging around in stores, which was also strongly influenced by the COVID crisis and restrictions, in the past years. More and more traders and manufacturers are convinced of the immense possibilities of the network as a channel to reach end users easily and without much cost.

The single digital market in the world before the onset of the pandemic was estimated at more than 450 billion euros a year, covering more than millions of customers, with the revenues of the top big online retailers growing by more than 30% per year. The indicated figures have grown many times as a result of the development of e-commerce, due to the restrictions imposed by the Covid infection. For the sale of goods and services from a distance or online, the EC under the EU has already adopted various statutory documents in the field of VAT, in the form of a Directive, regarding registration and charging of tax in the country where the sale takes place. The local control authorities of the member countries in the field of taxes have been applying new modern methods of control of online trade for the last few years in order to cover electronic shops as much as possible and to increase the revenue in the budget.

In Bulgaria, online trade has long attracted the attention of a number of control bodies, as already in 2013, the so-called the first team to control it, and two years later a draft program was developed with the aim of reducing the risk of violations in remote deliveries.. At a later stage, a special division "Electronic Audit" was created under the Directorate "Control" in the NRA. The European Commission and the EU contribute to the development and control of online trade in the Union and in our country, and from 01.07.21 a special portal for working with electronic traders has been operating in one place, where companies engaged in online trade are subject to VAT registration online in an EU country for intra-Community online sales of goods and services to customers and consumers.

Keywords: trade, control, internet, crisis, platform

ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ ПО ВРЕМЕ НА ПАНДЕМИЯ

Пламен Илиев

Нов Български Университет-Департамент „Икономика“ София, kaviplas@abv.bg /pkiliev@nbu.bg

Резюме: През последните години много хора вече си купуват по интернет, електронно или онлайн, необходимите им стоки, принудени до голяма степен от пандемията, и привлечени донякъде от бързината, ниските цени и мотаенето по магазини, което бе и силно повлияно и от COVID кризата и ограниченията, през последните години. Все повече търговци и производители, се убеждават в необятните възможности на мрежата като канал да достигнат лесно и без много разходи до крайните потребители.

Единният дигитален пазар в света преди появата на пандемията се оценяваше на година за над 450 млрд. евро, обхващайки над милиони клиенти, като приходите на топ големите онлайн търговци са нараснали с над 30% годишно. Посочените цифри нараснаха многократно в следствие развитието на е-търговията, поради ограниченията наложени от Ковид заразата. За продажбата на стоки и услуги от дистанция или онлайн ЕК при ЕС вече прие различни нормативни документи в областта на ДДС, под формата на Директива, относно регистриране и начисляване на данък в страната където се извършва продажбата. Местните контролни органи на страните членки в областта на данъците последните няколко години прилагат нови модерни методи за контрол на онлайн търговията, за да обхванат максимално електронни магазини и за повишаване на приходите в бюджета.

В България онлайн търговията отдавна привлече вниманието на редица контролни органи, като още през 2013 г., стартира т.н. първи екип за контрол върху нея, а две години по-късно е разработен проект по програма с цел да се намалят рисковите възможности за нарушения при дистанционните доставки.. На по-късно етап е създаден специално подразделение „Електронен одит“ към дирекция „Контрол“ в НАП. Европейската комисия и ЕС допринасят за развитието и контрола на онлайн търговията в съюза и у нас, като от 01.07.21 работи специален портал за работа с електронните търговци на едно място, където фирмите, занимаващи се с онлайн търговия, подлежат на регистрация по ЗДДС онлайн в държава от ЕС за вътрешнообщностни онлайн продажби на стоки и услуги до клиенти и потребители.

Ключови думи: търговия, контрол, интернет, криза, платформа

1. ВЪВЕДЕНИЕ

От няколко години напредъка на технологиите предизвикаха сериозни промени в развитието на бизнеса, в т.ч. и на електронната търговия, като част от него. Прилагането на новите постижения за комуникиране между производители, търговци и клиенти, водят до сключване на множество онлайн продажби за доставка на стоки, което позволява и води до това стоките да се изпращат и получават в страната, в държави, в Европа по света.

Когато говорим за електронна продажби на стоки, или онлайн търговия, се разбират доставки, като предлагането на стоки се прави с електронен интерфейс като пазар, електронен портал или платформа. Онлайн търговията може да има за цел крайни потребители – физически лица, други търговци или производители.

Старата поговорка за търговия от едно време "Око да види, ръка да пипне" остава в историята, измествана все повече от електронната търговия, не само у нас, но и в световен мащаб, позволяваща все повече клиенти да си поръчат и купуват по интернет необходимите им стоки от всякакво естество, най-вече заради икономията на време, по-ниски цени и доставки до врата.

2. ПОЯВА И НУЖДА ОТ ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ ПРЕЗ ПАНДЕМИЯТА

Приема се, че онлайн търговия за пръв път се появява около 1960г., когато фирмите започват да прилагат електронен обмен на данни, или електронно прехвърляне на книжа. Все пак първообраза на сегашната електронна търговия, заедно с плащане за доставена стока, е възможна след появата на интернет от август 1994 г. Оттогава до наши дни настъпват значителни изменения изразени в появата и развитието на редица компании за електронна търговия и платформи като Amazon, eBay, Etsy и др. През последните години на някои от тях се преписва значителен дял от развитието на този вид търговия, а само две години по-късно общите продажби при онлайн търговията надминават вече 2,3 трилиона долара, или около 25% повече само за година.

Електронната търговия по-скоро е вид бизнес модел, позволяващ да се купуват и продават стоки по интернет, или известно още като виртуален пазар, даваща възможност да се купува почти всичко по електронен път, в т.ч. онлайн банкиране, самолетни и хотелски резервации, дрехи, различни издания, и т.н. Анализаторите предвиждат, че този модернизъм в търговията ще нараства, и следващите 20 години се предполага над 90% от търговията да се извършват онлайн, а повече от 22% от населението по света вече пазарува по този начин. За електронен магазин, на първо време има нужда от собствен и сигурен уебсайт, независимо, че повече от 40% от търсенето и предлагането на стоки за този вид търговия се получава от ползването на Google.

Все по-ясно е напоследък, че електронната търговия помага на малките търговци да имат достъп и по-широко пазарно присъствие, като им предоставя ефективни канали за продажби на стоки.

Най-често електронната търговия се осъществява чрез електронен магазин с изграден или създаден динамичен уебсайт за поръчки и плащане на предлагани стоки. В този уебсайт се вижда за потребителите необходимото му съдържание, комуникира и реализира съответната покупка. Освен това, уебсайт на електронен магазин, трябва да съдържа поне два елемента – сървър и за обслужване на клиенти. Сървърът поддържа база данни и управлява подадени заявки към базата от различни потребители с приложения, като резултатите се връщат обратно от базата данни до клиента. Елемента за обслужване на клиенти визуализира данните, използвайки различни приложения и програми от браузър. (Шишманов Кр.2020)

Както вече споменах електронната търговия, предлага известни предимствата като:

-почти безграничен пазар за клиенти, независимо от мястото където се намират

-за онлайн магазина почти няма работно време и предлага постоянна връзка

-предполага по-малко изразходване на средства за управление на дейността

-бизнеса с електронна търговия по-добре намира свободни пазарни ниши и се стреми да ги запълни

-предполага по-малко инвестиции в електронно оборудване и бизнеса може да се управлява дистанционно

- предлага бърза доставка и лесно връщане при разминаване между търсене и предлагане и др.

Като всеки бизнес, онлайн търговия има и своите недостатъци, като:

-обслужването на клиентите е ограничено, липсва демонстрация за начина, как работи продукта

-незабавното удовлетворение се забавя, тъй като се изчаква стоката да бъде изпратена и доставена

-купувача не може да докосне предварително поръчаната стока, а онлайн изображенията много често подвеждат купувача и др.

В началото на ковид заразата максимално бяха ограничени контактите между хората, поради което редица кредитни институции и търговци реагираха максимално бързо, като направиха инвестиции за създаването на

различни канали, уебсайтове и платформи за предоставяне на стоки и услуги от разстояние, използвайки развитието на технологиите. (<https://www.foresightfactory.co/covid-19> - 2022)

Държавните управления в почти всички страни тогава търсеха възможности ограничаване на заразата, за запазване на работни места, за намаляване на разходите, докато предприемчивите търговци започнаха прехвърлянето на бизнеса на нови коловози и правила на база започналата вече дигитална трансформация. (<https://www.cnbc.com-2022>)

Предварителните резултати сочат, че електронната търговия генерира приходи за близо 4 трлн. долара през 2022, което е по-малко в сравнение с 2021г, като модерните начини и методи за онлайн търговия достигат нови висоти, въпреки това изостават, според очакванията на клиентите. Проблемите с веригите за доставки и инфлацията от последната година до голяма степен водят до отслабване на индустрията. (<https://augustafreepress.com-2021>)

Като сравнение с посоченото, преди пандемията, световния дигитален пазар се оценяваше на над 450 млрд. евро годишно с милиони потребители. До 2019 приходите на топ онлайн търговците в света са нараснали с над 30% годишно. Посочените цифри нараснаха многократно в следствие развитието на е-търговията, поради ограниченията наложени от Ковид заразата.

В тази насока са и усилията на Европейската комисия и ЕС за развитието и контрола върху онлайн търговията в съюза и у нас, като от 01.07.21 работи специален портал в приходната агенция за работа с електронните търговци на едно място, където фирмите, занимаващи се с онлайн търговия, подлежат на регистрация по ЗДДС онлайн в държава от ЕС за вътрешнообщностни онлайн продажби на стоки и услуги до клиенти и потребители.

3. РЕГУЛИРАНЕ И КОНТРОЛ НА ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ

През последните години, ЕК вече модернизира прилаганата данъчна рамка по отношение на онлайн търговията, така че да обхваща всички нови възможности за нови бизнес начинания, породени от развитието на дигиталните технологии. Инициативите на ЕК за контрол и регулиране на електронната търговия, бяха имплантирани/транспонирани в местните закони където са залегнали понятия като, „уеб данък“ или „изравнителен данък“, касаещ т.н. дигиталното пространство, ИТ фирми с приходи от реклама в други страни, без да са регистрирали къде развиват дейност.

Независимо, че онлайн магазина е разположен виртуално, той извършва реална търговска дейност, осъществява сделки и затова дейността му трябва да е съобразена, като спазва действащите законови разпоредби в областта на счетоводство и данъци за издаване на фактури и начисляване на данъци.

Все още има смесване или неразбиране между електронен магазин и платформа за продажба от рода на OLX, защото подобни посредници- платформи не заместват електронния магазини, а само посредничат между продавача и купувача, без да извършват търговска дейност. Обратно, в електронния магазин трябва да се направят всички дейности, както в нормалните магазини, като се започне от регистрация на дружество по ТЗ, регистрация в НАП по ЗДДС и т.н.

В България онлайн търговията отдавна привлече вниманието на редица контролни органи, като още през 2013 г., стартира т.н. първи екип за контрол върху нея, а две години по-късно е разработен проект по програма с цел да се намалят рисковете от нарушения при дистанционните продажби. На по-късно етап е създаден специално подразделение „Електронен одит“ към дирекция „Контрол“ в НАП. Европейската комисия и ЕС допринасят за развитието и контрола на онлайн търговията в съюза и у нас, като от 01.07.21 работи специален портал за работа с електронните търговци на едно място, където фирмите, занимаващи се с онлайн търговия, подлежат на регистрация по ЗДДС онлайн в държава от ЕС за вътрешнообщностни онлайн продажби на стоки и услуги до клиенти и потребители.

Търговията или доставките на стоки, по електронен път, относно облагането с ДДС не се различава от облагането на доставките, направени по познатите начини за продажба във реални магазини, където е налице физически допир между купувача и стоките. Налице е разлика относно датата на сделката или прехвърляне собствеността на стоката, за която е в сила специални изисквания от ЗДДС, а не както нормалната търговия, или данъчното събитие е датата, когато доставчикът получи плащането.

Законодателя и по специално ЗДДС, предвижда, че лице, извършващо срещу заплащане редовно продажби на стоки по виртуален начин, то същото осъществява икономическа дейност, която е независима, съгласно ЗДДС и е данъчно задължено лице. (ЗДДС -2022-www.minfin.bg)

Според НСИ, повече от 87% от потребителите, използвали интернет за търговия, са пазарували от електронни магазини в България, а по-малко от тях – интернет магазини в други държави.

По тази причина НАП направи всичко възможно да осветли и да направи тази търговия максимално прозрачна. Независимо от направеното, все още има проблеми относно декларирането на продажби в

мрежата. Разбира се Интернет предлага известна анонимност, използвана от някои търговци да останат в „сянка“, да не декларират обороти и данъци.

В Закона за електронната търговия е посочено че електронната търговия и по скоро търговеца, трябва да посочи на сайта си наименование, ЕИК, адрес, телефони, за връзка с потенциални клиенти.

Затова и съществуващата КЗП, защитавайки всички купувачи предупреждава, че използването на и покупките от неясни сайтове води до непредвидими последствия за купувачите. (Закон за електронна търговия (2022г) <https://lex.bg/laws>)

По тези и редица други причини от началото на 2021г. са в сила промени, засягащи куриерските фирми, които доставят стоките поръчани по електронен път до краен потребител, да подават информация, както за доставчици, така и за клиенти на съответните контролни органи, в частност НАП..

За да осветли онлайн търговците, като ги направи разпознаваеми за потребителите, НАП въведе регистрационен режим за тях, поради немалкия вече брой на електронни магазини, над 40 хиляди.

Органите на НАП се сблъскват и с все по-голямата мащабност и интернационализация на онлайн търговията и пазаруването по интернет по простата причина, че различните платформи за електронна търговия всъщност покриват територията на цяла Европа. Целите пред НАП са да успее да регистрира по ДДС всички чужди електронни магазини, предлагащи стоки в страната, което води до начисляване и плащане на ДДС, който влиза в бюджета и които цели са трудно постижими независимо от действащите европейски норми за дигитална икономика.

У нас е създадена и действа Асоциация по електронна търговия, която защитава изрядните онлайн търговци и спомага до голяма степен за тяхното легализиране пред контролните органи.

В зависимост от продукта, електронна търговия може да предлага стоки, услуги, цифрови услуги, продуктова електронна търговия и др.

У нас не само НАП полага усилия чрез спазване на законодателството за изваждането на електронната търговия на светло, затова от 2018г. има изискване всички онлайн търговци да се регистрират на електронен портала на митническата агенция за даване на т.н. единтификатор „ЕОРИ“, служещ за обмен на информация, посредством електронна обработка на данни.

Самата регистрация е еднократна за електронните услуги, предлагани от DG TAXUD и Агенция „Митници“, а тази регистрация прави възможно подаване онлайн на различни документи по електронен път, както и достъп до различни услуги на Агенция „Митници“.

Всички споменати действия, предприети от ЕК и от националното законодателство в областта на НАП и АМ, наред с изискванията на Наредба 18 за фискалните устройства и др., са да може всички онлайн търговци, в т.ч. и национални и външни да развиват бизнеса се прозрачно, да си плащат данъчните задължения и разбира се да реализират печалби от дейността. Става ясно, че електронната търговия и електронните магазини като виртуален обект, по нищо не се различава от нормалната търговия и реалните магазини, относно регистрация и данъчни задължения.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Контролът на НАП и Агенция „Митници“, изградени и върху европейски директиви относно онлайн търговия в сегашното бързо технологично развитие на икономика и бизнес, е крайно наложителен, но дори и закъснял, което поражда немалко проблеми пред контролните органи. Това предполага и трудното обхващане на всички онлайн търговци в регистри, защото както споменах по-горе началото на електронната търговия датира от 1994г., а началото на контрола върху нея започва „само“ 20 години по-късно, през 2013г. Действията на контролните органи са преди всичко за защита на фиска и националните ползи, и от това различните търговци да работят при еднакви възможности. Въпреки всичко с технологичния напредък и развитието на електронната търговия у нас и по света, последните години се отчита и напредък в контрола над онлайн търговията и електронните магазини, довело и до създаването на направление Електронен одит в НАП.

Независимо от посочените трудности за електронната търговия и за контрола върху нея, тя се обособява особено след ковид пандемията като нов бизнес модел на икономическа дейност, като се базира на нови и развити информационни технологии и световната мрежа Интернет, с което се обособява в нова среда за производство на обособени търговски дейности и за подобряване на търговските взаимоотношения. Тя може да се разглежда като част от дигиталната трансформация в бизнеса и икономиката, с възможности за развитие на нови бизнес сегменти, водещи до сериозен икономически ефект./Шишманов Кр.2020/

ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ

Шишманов Кр. и кол. (2020), Съвременни тенденции в създаването и тенденциите на ел.търговия, Алманах
за научни изследвания, т.28, 2020, СА Свищов , <https://core.ac.uk/download>

Закон за електронна търговия (2022г) <https://lex.bg/laws>

Закон за данък добавена стойност (2022)-www.minfin.bg .

Комисия за защита на потребителите(2022)-www.kzp.bg

Наредба за отчитане на продажби в търговските обекти / НАРЕДБА -№ 18 /(2018)-www.minfin.bg

Агенция Митници (2021)-https://servicedesk.customs.bg

НАП (2022) - <https://nra.bg/wps/portal/nra/nachalo>

<http://www.nielsen.com>

www.kik-info.bg

www.trafiknews.bg

<https://www.nsi.bg/bg>

<https://www.bloombergtv.bg/>

<https://augustafreepress.com>

<https://www.cNBC.com>

www.foresightfactory.co/covid-19