

УДК 657.2.016.7

М. Н. Татаринова

Ставропольский государственный аграрный университет, г. Ставрополь,
email: vetrovamn@yandex.ru

УЧЕТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНТЕРНЕТ ПРОДАЖ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Ключевые слова: онлайн продажи. сельскохозяйственная продукция, бухгалтерский учет, налогообложение.

Современным инструментом, который позволяет менять правила работы на продовольственном рынке, развивать конкуренцию является интернет торговля. В статье рассматриваются вопросы построения учетной системы интернет-коммерции сельскохозяйственных организаций. Изучены принципы формирования бухгалтерских записей при заключении сделок по различным формам онлайн-торговли. Проведен анализ условий налогообложения при различных режимах.

М. N. Tatarinova

Stavropol State Agrar University, Stavropol, email: vetrovamn @ yandex.ru

ACCOUNTING SUPPORT FOR INTERNET SALES OF AGRICULTURAL PRODUCTS

Keywords: online sales. agricultural products, accounting, taxation.

Internet commerce is a modern tool that allows you to change the rules of work in the food market and develop competition. The article discusses the issues of building an accounting system for Internet commerce of agricultural organizations. The principles of the formation of accounting records when concluding transactions in various forms of online trading have been studied. The analysis of the conditions of taxation under various regimes is carried out.

Общемировые тенденции экологически полезного питания, употребления качественных фермерских продуктов, ставят вопрос об успешной конгломерации в индустрии сельского хозяйства городских возможностей по спросу на продукцию и бизнеса, организованного в сельской местности. Тому способствует государственная поддержка на различных уровнях, а также привлекательность сельской местности, экология, больше доступных площадей для строительства, и развития ферм и производств. К тому же вопрос спроса на потенциальные услуги произведенной продукции в современной действительности легко решается посредством электронных каналов сбыта продукции.

Удаленная реализация сельскохозяйственной продукции через интернет среду популярный тренд современной действительности. Это направление стремительно развивается и позволяет решать управленческие проблемы в сфере продаж различного характера: контроль за ценообразованием, расширение охва-

та аудитории, доступ к выгодным и удобным финансовым инструментам контроль за волатильностью цен. Успешный опыт сельскохозяйственной интернет коммерции в 2020 году, в период ограничения работы рынков и ярмарок, дал толчок развитию онлайн сбыта продукции как оптом, так и в розницу. По данным Data Insight (Российского исследовательского агентства, специализирующегося на рынке электронной коммерции), средний рост объемов Интернет-торговли с 2019 по 2024 год составит 33,2%. Отсюда встает вопрос особенностей отражения сделок на интернет площадках в бухгалтерском учете, и специфика налогообложения этого участка.

Объекты и методы исследования

Объектом исследования выступили популярные направления развития сельскохозяйственной интернет-коммерции и особенности отражения сделок на приоритетных площадках в бухгалтерском и налоговом учете. Исследование проблемы осуществлялось при помощи

экономических методов таких, как анализ, синтез, моделирование, оценка, документирование, счета, двойная запись и балансовое обобщение.

Результаты исследования и их обсуждение

Сбыт сельскохозяйственной продукции через социальные сети и онлайн-платформы начал активно развиваться с началом пандемии COVID-19 весной 2020 года. Фермерские хозяйства с закрытием сельскохозяйственных ярмарок выходного дня и рынков получили новую возможность реализации своей продукции и этот опыт оказался настолько успешным, что торговля через интернет продолжает развиваться. Современные торговые интернет-платформы преследуют главную цель – достичь конечного покупателя без посредников. Для достижения этой цели в коммерческой деятельности фермеров и крупных агрокомпаний предлагается использовать обширный набор инструментов, позволяющий получить полную информацию о рыночных ценах, принять участие в тендерах и аукционах, развить свой бренд. Сегодня выделяют следующие популярные направления сельскохозяйственной интернет-коммерции:

1. Торговые онлайн-площадки – маркетплейсы – это крупные сервисы-посредники с большим количеством поставщиков, которые продают свои товары на одном сайте. Яркими примерами являются Aliexpress, Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет и др. Примеры маркетплейсов, которые соединяют фермеров с конечными потребителями и не только представлены на рис. 1.

Не отстает от новых тенденций и Россельхозбанк (РСХБ). В 2020 году банк разработал экосистему цифровых сервисов для небольших фермерских предприятий, включающую маркетплейс для реализации производимой ими сельскохозяйственной продукции – «Свое. Родное».

2. Агро порталы – это специализированные торговые сервисы для крупных профильных предприятий и средних КФХ в задачу которых входит удовлетворение потребностей конкретного покупателя. Порталы требуют обяза-

тельной регистрации двух сторон покупателя и продавца. Покупатель подает электронную заявку на конкретный вид продукции и далее ожидает предложения от поставщиков. Ассортимент этих площадок очень широк, от семян и химикатов до техники и земельных участков. Для проверки контрагентов на надежность можно воспользоваться платной услугой сервиса.

3. Доски объявлений и деловые сообщества – это профильные ресурсы, например, «ВКонтакте» или «Одноклассники». Плюсом этого ресурса является бесплатная публикация объявлений, а минусом то что сообщества чаще всего закрытые и это ограничивает возможности.

4. Личные аккаунты в социальных сетях – это бизнес тренд современности. Рекомендуется работать через несколько популярных социальных сетей сразу. Для продвижения аккаунта лучше привлечь фрилансеров или профильную компанию. Специалисты помогут создать страницу в социальной сети, наполнить тематическим контентом, разработают сторителлинг продаж, сделают профессиональную фотографию товаров, проведут маркетинг, проведут PR и SMM, помогут создать ютуб-канал и т.п.

Применение ресурсов онлайн торговли возможно с использованием общей системы налогообложения (ОСНО), упрощенной системы налогообложения (УСН) и ЕСХН (для производителей сельскохозяйственной продукции). Для применения патентной системы налогообложения (ПСН) торговля через интернет не считается розницей (пп. 1 п. 3 ст. 346.43 НК РФ; письмо Минфина России от 17.03.2021 № 03-11-11/19095) [1]. Самозанятому гражданину закон не запрещает заниматься интернет торговлей, но продавать в нём можно только товары собственного производства, перепродавать продукцию других производителей на этом режиме не получится.

Если дистанционная торговля не была ранее предусмотрена организацией или ИП целесообразно дополнить коды ОКВЭД кодом 52.61.2 – «Розничная торговля, осуществляемая через телемагазины и компьютерные сети».

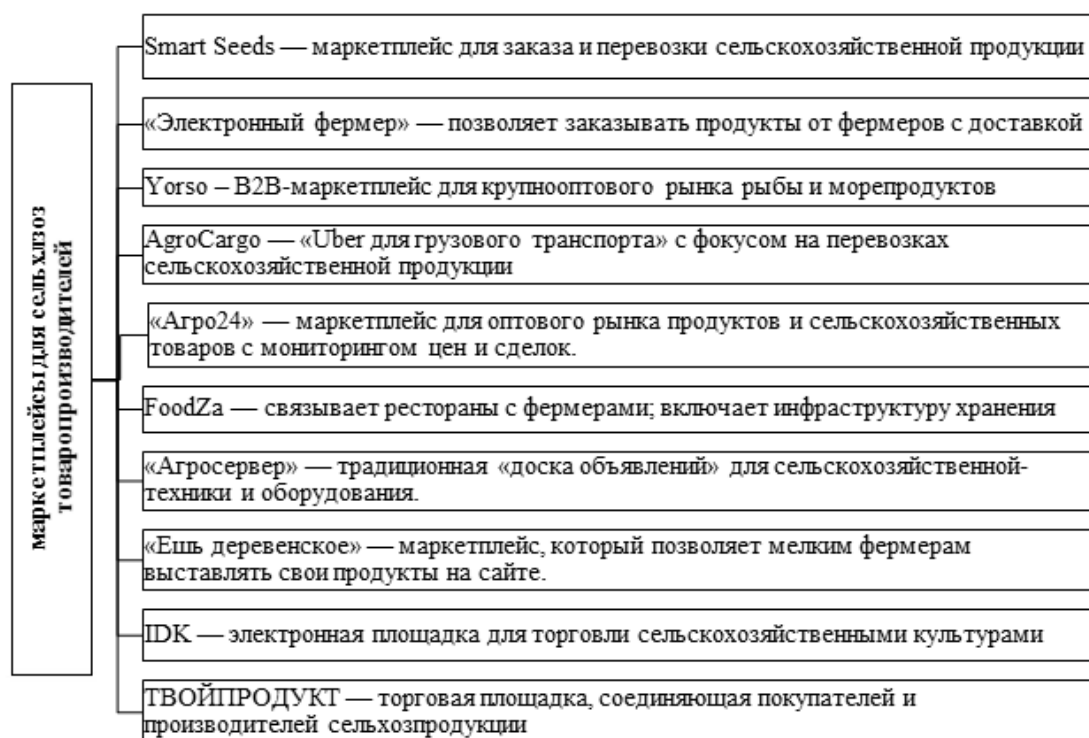


Рис. 1. Маркетплейсы для фермеров

В бухгалтерском учете каждый способ реализации сельскохозяйственной продукции имеет свои особенности. Рассмотрим учетный процесс на заявленных онлайн-платформах.

Сотрудничество с маркетплейсами начинается после заключения агентского договора (гл. 52 ГК РФ). В рамках агентского договора сделки происходят за счет принципала т.е. продавца он же является получателем прибыли (п. 1 ст. 1005 ГК РФ) [2], маркетплейс выступает агентом т.е. проводит рекламу, осуществляет хранение товара на складе и доставку покупателям, принимает деньги от покупателей, при необходимости обеспечивает гарантийное обслуживание и (или) возврат. За все перечисленные услуги принципал платит агенту комиссию. Ее размер у разных торговых площадок зависит от категории товара, оборотов продавца и т.п. Комиссия может изменяться в очень широких пределах: от 3-5% до 50% и даже более. Иногда условия договора с маркетплейсом могут предусматривать, что некоторые из перечисленных выше функций выполняет продавец. Например – он сам решает вопросы с возвратом товара,

если будут претензии к качеству. Тогда комиссия при прочих равных условиях будет меньше.

Учет продажи товаров у продавца при этом останется без изменений. Однако, для учёта себестоимости товаров с момента передачи на склад маркетплейса и до продажи рекомендуется использовать счет 45 «Товары отгруженные».

Расчеты с маркетплейсом будут происходить через счет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» по двум направлениям: перечислению выручки за продажу товаров или готовой продукции и по платежам за посредничество. Чтобы разделить разные виды платежей, рекомендуется открыть отдельные субсчета, например:

76.1 – «Расчёты с агентом за товары».

76.2 – «Расчёты с агентом по вознаграждению».

Рассмотрим порядок формирования бухгалтерских записей на примере реализации условного товара. Компания продала через маркетплейс товар стоимостью 5 500 рублей, в т.ч. НДС – 500 рублей. Себестоимость товара – 3300 рублей, в т.ч. НДС – 300 рублей, комиссия торговой площадки – 10%.

Дебет счета 45 Товары отгруженные – Кредит счета 41 «Товары» – отгружен товар на склад маркетплейса, на сумму 3000 руб.

Дебет счета 62 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» – Кредит счета 90 «Продажи» – после получения подтверждения факта продажи товара от маркетплейса начислена выручка от продажи на сумму 5 500 руб.

Дебет счета 90 «Продажи» – Кредит счета 45 «Товары отгруженные» – списана себестоимость проданного товара на сумму 3000 руб.

Дебет счета 90 «Продажи» – Кредит счета 68.2 «Расчеты по налогам и сборам» – начислен НДС с продажи на сумму 500 руб.

Дебет счета 76.1 «Расчёты с агентом за товары» – Кредит счета 62 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» – начислена задолженность агента перед продавцом на сумму 5 500 руб.

Дебет счета 44 «Расходы на продажу» – Кредит счета 76.2 «Расчёты с агентом по вознаграждению» – начислено вознаграждение агенту на сумму 550 руб.

Дебет счета 19 «НДС по приобретенным ценностям» – Кредит счета 76.2 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» – входной НДС у продавца с вознаграждения агенту на сумму 110 руб.

Далее бухгалтерские записи зависят от того, как организованы расчеты между торговой площадкой и продавцом. Существует два возможных варианта маркетплейс перечисляет продавцу всю выручку, а продавец затем платит комиссию и маркетплейс сразу удерживает свое вознаграждение и переводит продавцу деньги за вычетом комиссии. Оба варианта рассмотрены в таблице 1.

Для расчета базы по налогу на прибыль нужно из выручки без НДС вычесть себестоимость товара и комиссию торговой площадки, также без НДС:

Налоговая база = $5500 / 1,1 - 3300 / 1,1 - 5500 \times 10\% / 1,2 = 5000 - 3000 - 550 = 1450$ руб.

Налог на прибыль = $1450 \times 20\% = 290$ руб.

Чтобы рассчитать НДС к уплате, нужно из начисленного налога с выручки вычесть «входной» НДС со стоимости закупки товара и комиссии маркетплейса:

НДС начисленный = $55000 / 110 \times 10 = 500$ руб.

НДС закупки = $3300 / 110 \times 10 = 300$ руб.

НДС с комиссии = $(5500 \times 10\%) / 120 \times 20 = 50$ руб.

НДС к уплате = $500 - 300 - 50 = 290$ руб.

Всего компания заплатит = $290 + 290 = 570$ руб.

Для индивидуального предпринимателя расчет НДС будет таким же. Для НДСЛ предприниматель будет учитывать ту же выручку и затраты, что и юридическое лицо для налога на прибыль. Но ставка НДСЛ ниже, поэтому сумма налога для ИП при той же базе будет меньше:

НДСЛ = $1450 \times 13\% = 188,50$ руб.

Общая налоговая нагрузка для ИП по этой сделке = $290 + 188,50 = 378,50$ руб.

В том случае если продавец находится на специальном режиме налогообложения доходы и расходы подлежат признанию только по фактической оплате или поступлении средств на счета. При этом нужно помнить, что в статью расходов будет включена комиссия агента, а доходом должна быть признана общая сумма выручки от сделки.

Принцип начисления налогов при различных системах налогообложения представлен в табл. 2.

Приведенный расчет показывает, что наиболее выгодным в этих условиях будет режим ЕСХН, однако он применяется только организациями со статусом сельхозтоваропроизводителя. Чаще всего юридические лица применяют УСН. В этом случае при выборе объекта налогообложения нужно помнить о правиле если расходы составляют более 60% от суммы доходов по выбирается объект «Доходы минус расходы».

На бухгалтерский учете хозяйства реализация сельхозпродукции через Агро порталы и доски объявлений и деловые сообщества никак не скажется. Регулярных дополнительных расходов нет. Чтобы не было расходов на логистику, покупателям предлагается самовывоз продукции прямо с фермы или точки производства. Выручка в учете будет отражаться так же, как если бы реализация была произведена в реальном времени. При этом применение онлайн-кассы будет обязательно, если продажа проходит через магазин или киоск. Если фермер торгует с лотка на рынке, то касса не нужна, покупателю выдается товарный чек.

Таблица 1

Бухгалтерские записи по учету расчетов с маркетплейсом

Содержание операции	Сумма, руб.	Проводка	
		Дебет	Кредит
Вариант первый: расчет по выручки и комиссии ведется отдельно			
Перечислена выручка продавцу товара от торговой площадки	5 500	51	76.1
Оплачена комиссия торговой площадке	550	76.2	51
Вариант второй: комиссия удерживается из выручки			
Торговая площадка перечислила продавцу выручку за вычетом комиссии 4 950 руб.=5500 руб.-550 руб.	4950	51	76.1
Произведен взаимозачет задолженностей по расчетам за товар и за комиссию	550	76.2	76.1

Таблица 2

Условия применения специальных режимов налогообложения и порядок начисления налога

Режим налогообложения	Объект налогообложения	Ставка, %	Пример расчета налога
УСН «Доходы»	доходы	базовая 6 может быть увеличена до 8	$5500 \times 6\% = 330 \text{ руб.}$
УСН «Доходы минус расходы»	доходы, уменьшенные на величину расходов	базовая от 5 – 15 может быть увеличена до 20	$(5500 - 3300 - 5500 \times 10\%) \times 15\% = 1650 \times 15\% = 247,5 \text{ руб.}$
ЕСХН только для сельхозтоваро-производителей	доходы, уменьшенные на величину расходов	6	$5500 - 3300 - 5500 \times 10\% \times 6\% = 1650 \times 6\% = 99 \text{ руб.}$
Налог на профессиональный доход	доходы	6% при расчетах с юридическими лицами или предпринимателями	$5500 \times 6\% = 330 \text{ руб.}$
		4% при получении дохода от физических лиц	$5500 \times 4\% = 220 \text{ руб.}$

В бухгалтерских проводках операции будут выглядеть следующим образом:

Дебет счета 50 «Касса» (51 «Расчетные счета») – Кредит счета 90 «Продажи» субсчет «Расчеты с физлицами» – начислена выручка на отгруженную продукцию на сумму 5500 руб.;

Дебет счета 90 «Продажи» субсчет «НДС» – Кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам» субсчет «Расчеты по НДС» – начислили НДС с продаж на сумму 500 руб.

Дебет счета 90 «Продажи» субсчет «Себестоимость» – Кредит счета 41 «Товары» (43 «Готовая продукция») – списана себестоимость товаров, продукции на сумму 3000 руб.

Право применять ЕСХН при торговле через Агро портал или доску объявления

у производителя сохраняется. Дополнительные расходы на проверку будущего покупателя можно признать в налоговой базе как затраты, связанные с реализацией сельхозпродукции на торгах. В данном случае Агро портал – это открытая электронная площадка для торгов (подп. 41 п. 2 ст. 346.5 НК) [1]. А вот для социальных сетей дополнительных затрат за проверку покупателя совсем не будет, как и налоговых рисков по учету расходов не возникает ввиду отсутствия дополнительных затрат.

Личные аккаунты в социальных сетях, также, как и сайт компании, считается нематериальным активом (НМА), и его надо поставить на баланс. Срок полезного использования при этом устанавливается самостоятельно.

Таблица 3

Типовые проводки при возврате товаров у поставщика

Содержание операции	Проводка	
	Дебет	Кредит
Сторнирована выручка от реализации на стоимость возвращенных товаров	62	90 субсчет «Выручка»
Сторнирована списанная себестоимость возвращенных товаров	90 субсчет «Себестоимость»	41
Принят к вычету НДС со стоимости возвращенных товаров на основании корректировочного счета-фактуры	90 субсчет «НДС»	68

Дебет счета 08 «Вложение во внеоборотные активы» субсчет «Приобретение нематериальных активов» – Кредит счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» (76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами») – учтены затраты на разработку страницы в социальных сетях или канал на youtube.ru на сумму 100 000 руб.;

Дебет счета 19 «НДС по приобретенным ценностям» – Кредит счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» (76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами») – учтен входящий НДС на сумму 2000 руб.;

Дебет счета 04 «Нематериальные активы» – Кредит счета 08 «Вложение во внеоборотные активы» субсчет «Приобретение нематериальных активов» – признан в составе НМА контент страницы хозяйства в социальных сетях или канал на youtube.ru на сумму 100 000 руб.;

Дебет счета 44 «Расходы на продажу» Кредит счета 05 «Амортизация нематериальных активов» – начислена амортизация НМА в соответствии со сроком полезного использования.

С 1 января 2020 года для признания НМА в налоговом учете как для общего режима, так и для ЕСХН необходимо, чтобы стоимость актива была больше 100 000 руб., а срок более 12 месяцев. Поэтому если страница с рекламой вашей продукции стоит меньше, то признать в расходах амортизацию такого интернет-продукта нельзя. В этом случае можно признать данные затраты единовременно.

Рассмотренная выше специфика учетного процесса не отменяет общие требования при ведении интернет торговли. Одно из них – применение контрольно-

кассовой техники (ККТ) независимо от вида электронных средств платежа.

Онлайн касса должна быть зарегистрирована в налоговой инспекции исключительно для расчетов в Интернете с указанием адреса сайта (абз. 4 п. 2 ст. 4.2 Закона о применении контрольно-кассовой техники) [3]. Это дает возможность своевременно предоставить чек покупателю на телефонный номер или адрес электронной почты покупателя (п. 5 ст. 1.2 Закона о применении контрольно-кассовой техники).

Также нужно помнить о соблюдении мер Закона о защите прав потребителей и извещать покупателя о порядке и сроках возврата товара. Причем если этого не сделать, покупатель сможет вернуть товар в течение трех месяцев со дня продажи. В этом отношении дистанционная торговля не отличается от торговли через торговую точку.

В бухгалтерском учете поставщика возврат товара необходимо отразить проводками (см. таблицу 3).

Поставщик оформляет корректировочный счет-фактуру на дату возврата товара. На основе этого документа делается запись в книге покупок и с разницы, возникшей из-за уменьшения стоимости отгруженных товаров в связи с их возвратом принимается НДС к вычету. Вычет возможен в течение одного года с момента возврата (п. 5, 13 ст. 171, п. 4, 10 ст. 172 НК) [1].

Если отгрузка товара была произведена в 2021 году, а покупатель вернул его в 2022 году, то необходимо учесть внереализационные расходы на дату возврата денег покупателю (подп. 1 п. 2 ст. 265 НК) [1]. Такие рекомендации дает Минфин в отношении

возврата прошлых годов товаров (письмо от 25.07.2016 № 03-03-06/1/73372).

При возврате денег на онлайн-ККТ необходимо оформить чек с признаком «возврат прихода». Это подтвердил Минфин России в письме от 4 июля 2017 № 03-01-15/42312, 03-01-15/42315. При этом не важно, покупатель возвращает товар надлежащего качества или нет. Чек через оператора фискальных данных поступит в налоговую инспекцию.

Выводы

Современные источники информации в сети интернет, объединяющие сельхозпроизводителей, сельхоз переработчиков, промышленные и торговые предприятия сельхозпродукции России стали неотъемлемой частью конкурентоспособной компании. Такие ресурсы предоставляют возможность получить самый широкий спектр информационных, торговых, рейтинговых, рекламных,

поисково-проверочных услуг и компьютерных технологий в сфере сельского хозяйства. Позволяют осуществлять поиск новых клиентов, минимизировать риски, проводить полноценное сотрудничество без посредников.

Принципы ведения учета при дистанционной торговле остаются неизменными. Во многом они будут зависеть от выбранного режима налогообложения. Применение специальных режимов налогообложения упрощает учет и освобождает от ведения некоторых ПБУ, однако они возможны не для всех видов деятельности и форм собственности, альтернатива общей системе налогообложения. Обобщив можно сказать, что перед открытием такого направления бизнеса необходимо провести сравнение различных схем работы и выбрать оптимальный вариант, что позволит не совершить ошибок на первоначальном этапе и сэкономить средства.

Библиографический список

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 02.07.2021). [Электронный ресурс]. URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/dfe87d3a71d81daff6243d64c49ef41c5c3302eb/ (дата обращения: 28.07.2021).
2. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 09.03.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.06.2021). [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/16b93ff7ea7de7dab0724c646d4654ce75554780/ (дата обращения: 28.07.2021).
3. Федеральный закон от 22.05.2003 N 54-ФЗ (ред. от 23.11.2020) «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42359/7286ba3a2f39eba0ced5853cd23d6af88d657a9c/ (дата обращения: 28.07.2021).
4. Костюкова Е.И., Лещева М.Г., Кулиш Н.В., Бобрышев А.Н., Германова В.С., Ельчанинова О.В., Манжосова И.Б., Стеклова Т.Н., Сытник О.Е., Татаринова М.Н., Тунин С.А., Феськова М.В. Бухгалтерский учет и анализ в крестьянских (фермерских) хозяйствах. Санкт-Петербург, 2018. Сер. Учебники для вузов. Специальная литература
5. Ветрова Л.Н. Некоторые особенности бухгалтерского учета продажи продукции сельскохозяйственными товаропроизводителями // Все для бухгалтера. 2011. № 1 (253). С. 5-13.