

**Е. А. РОДЕВИЧ**

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Е. Г. Русак**

## **ОСОБЕННОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ РАСХОДОВ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА**

Интернет-торговля в Республике Беларусь развивается стремительными темпами. По информации Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, за последние четыре года количество интернет-магазинов в Беларуси возросло в 3,5 раза. Интернет-магазин – информационный ресурс субъекта торговли в глобальной компьютерной сети Интернет, позволяющий осуществить заказ на приобретение или выбор и приобретение товаров без (вне) торгового объекта [1].

Бухгалтерский учет в интернет-магазине не многим отличается от ведения учета в организации розничной торговли. Применяются те же принципы и методы учета доходов и расходов, ведение кассовой и расчетной дисциплины и т.д. В то же время, такие отличия как продажа товара в основном физическим лицам, купля-продажа без личного присутствия покупателя, не возможность продать товар без сайта магазина и т.п., вызывают существенные различия ведения учета в интернет-магазине и традиционном магазине розничной торговли. Развитие электронной коммерции предопределяет необходимость совершенствования методического аппарата бухгалтерского учета и, в частности, системы расходов на реализацию, исходя из специфики процессов

представления товарного ассортимента покупателям; формирования и доставки товаров; организации расчетов с покупателями; рекламы своей продукции, включения ее в электронные системы онлайн поиска и продвижения сайта организации в сети Интернет.

Методическими указаниями по составу и учету издержек обращения (производства), финансовых результатов деятельности организаций торговли и общественного питания № 86 от 20.09.2002 г. утверждена номенклатура статей расходов [2]. После вступления в силу главы 16 «Налог на прибыль» Особенной части Налогового Кодекса Республики Беларусь Методические указания утратили актуальность и применяются в части, не противоречащей действующему законодательству.

Следует отметить, что статьи расходов при продажах онлайн во многом дублируют статьи расходов традиционного магазина розничной торговли, но здесь имеются и свои особенности. Исследователи отмечают, что торговля онлайн способствует значительному снижению расходов: на заработную плату персоналу (требуется меньше сотрудников); на аренду помещения (можно вначале использовать собственную квартиру); на аренду склада (можно для начала получать товары на складах под реализацию). Кроме того, интернет-магазину не требуются затраты на наружную рекламу, охрану, персонал, заменяя их значительно меньшими затратами на аренду виртуального пространства и трафика у интернет-провайдера. При этом, магазин сохраняет витрину, рекламу, описание и показ товаров, помощь консультантов. Интернет-магазины позволяют также торговать по всей стране при сравнительно низких затратах на продвижение [3].

Проведенное исследование позволяет выделить следующие значимые номенклатурные статьи расходов на реализацию интернет-магазинов:

- амортизация основных средств (в первую очередь от используемой оргтехники и инновационного оборудования (серверов, компьютеров, ноутбуков, сканеров штрих-кодов, этикет-принтер, кассовых аппаратов, платежных терминалов и др.);
- амортизация нематериальных активов (в первую очередь от веб-сайта, компьютерных программ и др.);
- расходы по обслуживанию компьютерных программ и сервисов (по ведению бухгалтерского, складского учета, программ по учету клиентов и продаж (CRM-системы); программ по осуществлению электронного документооборота как внутри организации, так и при сдаче отчетности налоговым и статистическим органам, внебюджетным фондам, осуществления расчетов с поставщиками, покупателями, банком и др.);
- расходы по аренде офиса, торговых, складских помещений и др. При этом интернет-магазин может работать как точка продаж, так и как точка самовывоза. Некоторые организации используют метод прямой поставки без промежуточного хранения товара на собственном складе;
- расходы по доступу в интернет, размещению и содержанию сайта в интернет (хостинг);
- расходы на техническое сопровождение сайта (обновлению информации на веб-сайте, по обслуживанию веб-сайтов не только при возникновении технических проблем, но и при необходимости доработки и обновления технических составляющих интернет-магазина);
- расходы на телефонную связь (не только ежемесячная абонентская плата, но и IP-телефония, Скайп, Вайбер, SMS-уведомления и т.п.);
- расходы на оплату вспомогательных сервисов (ежемесячная абонентская плата за использование платных сервисов, которые подключены к интернет-магазину – онлайн-консультант, обратный звонок, e-mail-рассылок, автопостинг в социальные сети и др.);
- рекламные расходы (визитки, флаеры/буклеты, бонусные карты, а также размещение рекламной информации на веб-сайтах других организаций; SEO (поисковое

продвижение сайта), контекстная реклама в директе, адвордс, SMM (таргетированная реклама в социальных сетях), баннеры, спам и др.);

– упаковка товаров (фирменные пакеты, скотч, коробки, в которых заказ уходит клиенту и др.);

– доставка товаров (стоимость почтовой пересылки, стоимость услуг курьера, расходы на бензин и пр.);

– прочие расходы, например, расходы на маркетинговые исследования с целью повышения объема продаж; затраты на обработку заказа и определение стоимости покупки (CPO) и др.

Таким образом, интернет-магазин, как и любая торговая организация, адаптирует общие требования учета расходов под конкретные особенности своего бизнеса в соответствии с профессиональным суждением с учетом действующего законодательства по бухгалтерскому и налоговому учету, развития современных форм и видов торговли. В свою очередь, это требует обновления и детализации перечня номенклатуры статей торговых организаций с учетом специфики деятельности интернет-торговли, что позволит наиболее полно и точно отразить указанные расходы, оптимизировать структуру расходов и увеличить прибыль торговой организации.

#### **Список использованной литературы**

1 О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-3 [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 20.01.2021.

2 Методические указания по составу и учету издержек обращения (производства), финансовых результатов деятельности организаций торговли и общественного питания: приказ Министерства торговли Республики Беларусь от 20.09.2002 г. № 86 [Электронный ресурс]. – 2002. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 20.01.2021.

3 Сущность и виды интернет-магазинов [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: [https://studbooks.net/1002015/marketing/suschnost\\_vidy\\_internet\\_magazinov](https://studbooks.net/1002015/marketing/suschnost_vidy_internet_magazinov). – Дата доступа: 20.01.2021.