



Българска Е-комерс Асоциация

София, Студентски град

бул. Акад. Борис Стефанов 35, South Mall, ет. 2

www.beabg.com

Лице за контакт:

Жанет Найденова,

Председател на Българска Е-комерс Асоциация

GSM: 0888 616 498

e-mail: info@beabg.com

Изх. № 2019-002/14.03.2019 г.

ДО

МИНИСТЕРСКИ СЪВЕТ

НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Министър-председател

Г-н Бойко Борисов

ДО

МИНИСТЕРСТВО НА ФИНАСИТЕ

Министър на финансите

Г-н Владислав Горанов

ДО

НАЦИОНАЛНА АГЕНЦИЯ ПО ПРИХОДИТЕ

Изпълнителен директор

Г-жа Галя Димитрова

КОПИЕ

БЪЛГАРСКА СТОПАНСКА КАМАРА

СТАНОВИЩЕ от Българска Е-комерс Асоциация (БЕА)

Проект на НИД на Наредба № Н-18 от 2006 г. за регистриране и отчитане чрез фискални устройства на продажбите в търговските обекти, изискванията към софтуерите за управлението им и изисквания към лицата, които извършват продажби чрез електронен магазин (ПРОЕКТЪТ)

В качеството на организация с нестопанска цел, работеща в обществена полза за развитието на електронната търговия в България и обединяваща водещи компании от цялостната екосистема на електронната търговия (платформи за електронни магазини, електронни магазини, услуги за е-комерс, логистика и електронни разплащания) Българска Е-комерс Асоциация (БЕА) представя своята позиция относно „Проект на НИД на Наредба № Н-18 от 2006 г. за регистриране и отчитане чрез фискални устройства на продажбите в търговските обекти, изискванията към софтуерите за управлението им и изисквания към лицата, които извършват продажби чрез електронен магазин“ и препоръчва да се вземат предвид Европейския съюз и световното разпространение на електронната търговия.

Цифровият единен пазар („ЦЕП“) е един от ключовите приоритети на Европейската Комисия, тъй като *Европа има възможности да бъде водеща сила в глобалната цифрова икономика*¹. За да се постигне тази цел, се счита, че подходът на национално ниво на държавите членки е твърде ограничен, *което не им позволява да се възползват от всички възможности и да се справят с предизвикателствата, породени от тези промени*². Това е причината, поради която на европейско ниво се предлага подходяща рамка; рамка, която може да бъде основа за създаването на ЦЕП.

Заслужава да се спомене, че според Европейската комисия *разпокъсаността и пречките, които не съществуват на „физическия“ единен пазар, възпират развитието на ЕС*³ в цифровия сектор. *Премахването на тези бариери в рамките на Европа би могло да допринесе допълнително с 415 милиарда евро за европейския БВП*.⁴ ЦЕП е на път да отстрани тези бариери за бизнеса и потребителите.

Според Индекса за навлизането на цифровите технологии в икономиката и обществото (DESI), през 2017 в България *делът на интернет потребителите, които са поръчали стоки и услуги по интернет през последните 12 месеца (27%), е сред най-ниските в ЕС (при среден дял за ЕС от 68 %). Броят на лицата, използвали онлайн банкиране, също е особено нисък – 9% от всички потребители на интернет (което съответства на 5% от всички лица)*⁵.

Като се вземе предвид горното, ПРОЕКТЪТ не е в съответствие със стратегията за ЦЕП и създава бариери за европейските цифрови дружества като цяло и в частност за българските. Българските дружества, занимаващи се с електронна търговия, са в по-неблагоприятно положение в сравнение с международните играчи.

¹ СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, СЪВЕТА, ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ И КОМИТЕТА НА РЕГИОНИТЕ, Стратегия за цифров единен пазар за Европа, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=COM:2015:192:FIN&qid=1533731156274&from=EN>

² Idem

³ Idem

⁴ Позоваванията за фактическата информация, представена в настоящия документ, са посочени в придружаващия работен документ на службите на Комисията „Стратегия за цифров единен пазар за Европа — анализ и данни“ [SWD(2015) 100]. Този документ съдържа също така по-подробна информация относно естеството на разгледаните предизвикателства и данни в подкрепа на стратегията.

⁵ http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/bg-desi_2018-country-profile-lang_4AA75D95-A1C8-8688-2FEE98B6EE01186C_52355.pdf

БЕА разбира опасенията и мотивите на българските власти и категорично застава в позиция за борба със сивата икономика и от тази гледна точка усилието и целта на Наредба Н-18. Като цяло, общото ни мнение е, че се затруднява допълнително предприемаческата дейност в България без да е ясно до колко това ще окаже желаното влияние за намаляване на сивия сектор и се създават административни тежести за легитимния, опериращ на светло бизнес.

1. Наредба Н-18 не е съобразена с дигиталната икономика и се базира на традиционната икономика.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

ВСИЧКО, което се отнася до електронна търговия да отпадне от тази наредба и да бъде отделено в отделна, добре обмислена наредба в диалог с браншовите асоциации.

МОТИВИ:

Наредба 18 не е в съответствие със стратегията за Цифровият единен пазар („ЦЕП“) и създава бариери за европейските цифрови дружества като цяло и в частност за българските. Българските фирми, занимаващи се с електронна търговия, са в по-неблагоприятно положение в сравнение с международните играчи в областта на електронната търговия като eBay, Amazon, Alibaba, AliExpress, Google, Facebook и т.н. Възможно Наредба Н-18 важи само за българските електронни магазини, тъй като подобни разпоредби не е възможно да се приложат върху платформи с хиляди продавачи в Европа и света.

2. Наредба Н-18 противоречи на ЗДДС

Считаме, че в нарушение на изискванията на Закона за нормативните актове с ПРОЕКТА на Наредбата за изменение на Наредба Н-18 се създава първична уредба на материята относно електронните магазини, без подобни разпоредби и изисквания да се съдържат в ЗДДС. Чрез ПРОЕКТА се цели електронните магазини да се приравнят на търговски обекти и съответно да се подчинят на общите изисквания за издаване на касови бележки и съответствие на софтуерите им с изискванията за СУПТО, без това да намира опора в чл. 118 от ЗДДС.

Съгласно ЗДДС дефиницията за „Търговски обект“ е следната:

"Търговски обект" е всяко място, помещение или съоръжение (например: маси, сергии и други подобни) на открито или под навеси, във или от което се извършват продажби на стоки или услуги, независимо че помещението или съоръжението може да служи същевременно и за други цели (например: офис, жилище или други подобни), да е част от притежаван недвижим имот (например: гараж, мазе, стая или други подобни) или да е производствен склад или превозно средство, от което се извършват продажби." С оглед на горната дефиниция, електронен магазин не следва да се третира като „търговски обект“ по смисъла на ЗДДС и би трябвало електронните магазини да са извън Наредба 18. В противен случай трябва да се промени дефиницията в ЗДДС след обсъждане и

гласуване в Народното събрание и публикуване на промените в ЗДДС.

ЗДДС съдържа ясни дефиниции на „търговски обект“ и „електронен магазин“. Видно от дефиницията за търговски обект, това е **физическо място** (помещение, склад, магазин и т.н.). От друга страна, дефиницията на електронен магазин ясно посочва, че това е **интернет сайт** – тоест това е виртуален магазин, който не съществува в някаква физическа форма на конкретно място. Освен това никъде в дефиницията на електронен магазин не се реферира към тази на търговски обект, от което е видно, че за законодателя това са две съвсем отделни и различни понятия, които са алтернативни – тоест или продажбата се извършва от търговски обект, или от електронен магазин. Това се потвърждава и от факта, че съгласно легалната дефиниция в ЗДДС продажбата в електронен магазин е винаги продажба от разстояние по смисъла на чл. 45 от ЗЗП. А продажбата от разстояние е по дефиниция и по своята същност продажба, която нито се извършва в търговския обект на търговеца, нито на друго физическо място извън търговския обект (чл. 44 от ЗЗП).

3. Онлайн платформите на електронните магазини не са и не могат да бъдат СУПТО

ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

Отпадане на онлайн платформите на електронните магазини като СУПТО и разработване на достъп до система/база данни в НАП (API), към което електронните магазини да могат да подават информация за продажбите в реално време чрез Application Programm Intreface (API).

МОТИВИ:

Невъзможно е да се свържат с касов апарат в 99.99% от случаите. Интернет търговците имат желание да работят съобразно законите, но самите Интернет базирани магазини НЕ могат да функционират като софтуерите, които се инсталират на компютър, към който може да се върже фискално устройство. Поради тази причина, те НЕ могат (чисто технически) да отговорят на някои от изискванията. Предлагаме електронните магазините да НЕ се третираат като СУПТО, а да се разработи достъп до система/база данни в НАП (API), към което електронните магазини да могат да подават информация за продажбите в реално време чрез Application Programm Intreface (API). Тази система трябва да е Интернет базирана. Такава е практиката навсякъде по света, където има подобни регулации - в Европа, Русия и др. Тази система би била изключително надеждна, би работела много по-добре от сегашната и би дала възможност на всички електронни магазини да подават информация в реално време към НАП, без да се изпада в технически парадокси и софтуерни безизходици.

Електронният магазин е сайт, а не търговски обект. Търговския обект на електронните търговци е склад, офис, физически магазин и в него те имат съответния софтуер, който да отговаря на изискванията на Н-18. Има твърде много специфики от технически характер, които отличават работата на този тип магазини от физическите. В тази връзка, всеки търговец може/трябва да използва СУПТО, ако законово попада в задължителните нормативи, НО самият електронен магазин е уебсайт и не може да бъде третиран като СУПТО.

4. За плащанията през Пейпал, Пейсера и другите пратформи има задължение за издаване на касов бон

ТЕКСТ ОТ НАРЕДБА Н-18:

Съгласно чл. 3 от Наредба Н-18, начините на разплащане, които влизат в изключенията за задължението за издаване на фискална касова бележка от ФУ са плащания, извършени чрез:

- внасяне на пари в наличност по платежна сметка;
- кредитен превод;
- директен дебит;
- наличен паричен превод, извършен чрез доставчик на платежна услуга по смисъла на ЗПУПС;
- пощенски паричен превод, извършен чрез лицензиран пощенски оператор за извършване на пощенски парични преводи по смисъла на Закона за пощенските услуги.

Съгласно ЗПУПС услугите, свързани с внасянето на пари в наличност по платежна сметка, както и свързаните с това операции по обслужване на платежна сметка са платежни услуги.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

Плащанията през Пейпал, Пейсера и другите платформи да влязат в изключенията за задължението за издаване на фискална касова бележка от ФУ.

МОТИВИ:

За да се развива България като модерна държава НАП трябва да разграничи плащанията с карта на :

CP - Card Present (примерно физически ПОС в магазин или ресторант)

CNP - Card Not Present (примерно виртуален ПОС на електронен магазин)

както са те разделени от самото създаване на картовия онлайн бизнес.

За CP да останат в сила текущите изисквания, т.е. да са приравнени към плащане в брой и да се изисква издаване на касов бон, съответно всички свързани с това последствия на Наредба 18, включително СУПТО.

За CNP транзакции да се приравнят към плащания по банков път, търговците да си регистрират vPOS оператора (примерно Paysera, PayPal, Borica и т.н...) и НАП да получи достъп до извлеченията и съответно постъпленията от извлечението по сметката, предоставено от банката или лицензирани финансови институции за електронни пари. Сумите простигат по банков път по банковата сметка, така както и с платежно нареждане на обикновен банков превод, за което не се изисква касова бележка.

5. Издаването на електронна касова бележка от физическо ФУ

ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

За издаването на електронен касов бон да не се използва физическо устройство (фискален

принтер, касов апарат), а да се създаде единен канал за комуникация с НАП сървър без да има нужда от фискално устройство (ФУ) за издаване на електронен касов бон с генериран от сървъра на НАП QR код (има множество успешни практики в Европа с този подход).

МОТИВИ:

Предимствата на едно такова решение са много. Ето някои от тях:

- Не е нужно ФУ за онлайн продажбите;
- Не е възможно манипулиране на данните, т.к. всички поръчки се изпращат към НАП в реално време;
- Клиентите получават по електронен път фактура + електронен бон;
- Бележката остава дигитализирана за клиента, който може да си ги събира в единен профил;
- Интегрирането на това решение ще става за часове, а не за месеци;
- Клиентите на магазините, ще могат да проверяват всеки един бон в реално време дали е валиден и дали се отнася за тяхната поръчка;
- Не са възможни грешки/пропуски от страна на търговеца;
- Изнася се сивия сектор на светло.

6. Опростяване на формата за деклариране на електронен магазин (Приложение 33) към чл. 52м, ал. 1

ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

Да се опрости формата за деклариране на електронен магазин:

- Точки 1 и 2 да отпаднат, защото данните се повтарят в 4.1, когато се продава чрез онлайн платформа и в 4.2, когато се продава чрез собствен/нает електронен магазин;
- Точка 3, буква "а" за ЮЛ и ЕТ да остане за попълване само наименование и ЕИК. Точка 3, буква "б" за ФЛ да остане за попълване само Име и ЕГН;
- Точка 4.2.1. буква "А":
 - За ЮЛ и ЕТ да остане за попълване само наименование и ЕИК;
 - За ФЛ да остане за попълване само Име и ЕГН.
- Точка 4.2.2. буква "ii", Б "информация за доставчика на хостинг услугата", буква "а":
 - За ЮЛ и ЕТ да остане за попълване само наименование и ЕИК;
 - За ФЛ да остане за попълване само Име и ЕГН.

МОТИВИ:

Основен мотив за опростяване на формата на Приложение № 33 е намаляване на административната тежест за бизнеса. Предложението ни е, информация, която вече е подадена в НАП, Търговски регистър, БУЛСТАТ или друг регистър или е публична по закон, да не следва да се подава за пореден път и с Приложение № 33. Изтъкваме, че е особено обременително да се иска от задълженото лице да следи например ежедневно дали негов доставчик по т. 4.2.2 има промяна в статуса на регистрация по ЗДДС или не, дали има промяна в телефоните, имейлите и адресите, за да подава в НАП ново Приложение № 33 в

7-дневен срок. Това са публични данни и не може да е ангажимент на задълженото лице да снабдява НАП с тях.

7. Предоставяне на достъп до базите данни само след изрично изискване от съответните органи, а не постоянно наличен.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

Информацията, която НАП получава да се ограничи до нужната на фиска - всяка друга информация, напр. достъп до сорс код в реално време на proprietary software, достъп до платформи и софтуери е неуместна. Достъпът до базите данни следва да бъде предоставян само след изрично изискване от съответните органи, а не постоянно наличен.

МОТИВИ:

НАП не може и не трябва да се превръща в регулатор на софтуер, контролър на софтуера използван от фирмите, надзирател на информационната структура на фирмите, одобряващ орган по софтуера и да се намесва в бизнес модела на фирмите, като ги принуждава да го изменят генерално. Достъпът до базите данни с информацията в магазините е предмет на корпоративна тайна и следва да бъде предоставян само след изрично изискване от съответните органи, а не постоянно наличен. Обратното би създавало много рискове за изтичане на информация, корпоративен шпионаж и тн.

БЕА е доверен партньор за диалог и има възможност да сподели опита на нейните членове по цифровите въпроси и електронната търговия.

С уважение,

Жанет Найденова

Председател на Управителния съвет
Българската Е-комерс Асоциация