

УДК 339

doi: 10.20310/1819-8813-2017-12-2-148-153

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: ОСОБЕННОСТИ УЧЕТНОГО ПРОЦЕССА

ТРЕГУБОВА ВАЛЕНТИНА МИХАЙЛОВНА

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация, e-mail: luch-kt@mail.ru

МАХОНИНА ИРИНА НИКОЛАЕВНА

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация, e-mail: INMakhonina@mail.ru

Интернет-технологии в современном обществе получили широкое распространение практически во всех сферах деятельности и, конечно, в организации торговли с помощью интернет-ресурсов. Они позволяют оптимизировать разнообразные информационные процессы. Анализируя значение интернет-технологий и их роль на современном этапе развития общества, можно прийти к выводу, что эта роль стратегически важна, а в ближайшем будущем значение этих технологий будет достаточно быстро увеличиваться. Именно эти технологии сегодня определяют решающую роль во всех областях развития общества, в том числе в интернет-торговле. Благодаря интернет-технологиям удовлетворяются потребности руководителей в своевременной, достоверной и объективной информации, необходимой для эффективной деятельности организации. Поправки к ФЗ 54 «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» заметно затрагивают порядок оплаты покупок в интернет-магазине и его алгоритм работы. Организации и индивидуальные предприниматели, занимающиеся торговлей в розницу через Интернет имеют право применять либо общую систему налогообложения, либо упрощенную систему налогообложения. После выбора системы налогообложения нужно выбрать порядок ведения бухгалтерского и налогового учета в интернет-магазине. При упрощенной системе налогообложения можно вести бухучет в упрощенном варианте. Но данную систему применять могут только интернет-магазины, соблюдающие ограничения по выручке, численности работников, балансовой стоимости основных средств, установленные Налоговым Кодексом РФ. Как следует отражать операции, связанные с онлайн-торговлей в бухгалтерском и налоговом учете, и в чем их особенность?

Ключевые слова: интернет-торговля, интернет-магазин, бухгалтерский учет, налоговый учет, сайт, технология, информация

Рассмотрим одно из направлений деятельности человека – интернет-торговлю. Каждый интернет-магазин имеет свой сайт в электронных сетях. С его помощью привлекаются новые клиенты и партнеры, налаживается обратная связь с покупателями, обеспечивается поддержка клиентов, размещаются контактные данные, схема проезда и т. д. Для узнаваемости сайта ему выбирается название, характеризующее направление торговли данного магазина, используется узнаваемый логотип и т. п. То есть оформление сайта должно привлекать покупателей и являться одновременно рекламой интернет-магазина.

Ведение бизнеса в любой форме обязывает и ведение бухгалтерского учета. Специфика деятельности интернет-торговли приводит к трансформации бухгалтерского и налогового учетов. Выбор

технологии учета и методического обеспечения позволяет предприятию влиять на эффективное ведение учетного процесса, на систему обработки, хранения и воспроизведения информации, необходимой в принятии деловых решений.

Продажа товаров через Интернет получила в настоящее время широкое распространение. В чем заключаются особенности бухгалтерского учета и налогообложения торговли через интернет-магазины? Практически в каждой компании внедрена система автоматизированного бухгалтерского учета, позволяющая облегчить и сделать более эффективной учетную работу [1].

Реализация товаров через интернет-магазины с точки зрения вида экономической деятельности квалифицируется как розничная электронная торговля, осуществляемая через компьютерные сети и

телемагазины (код по ОКВЭД – 52.61.2 или код по ОКВЭД2 – 47.91). Данный способ ведения бизнеса существенно сокращает расходы продавцов и дает возможность устанавливать более низкие цены на товары.

В бухгалтерском учете в составе доходов от обычных видов деятельности признается выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг) на дату перехода права собственности на продукцию к покупателю в сумме договорной стоимости (п. 5, 6.1, 12 ПБУ 9/99) [2]. Фактическая себестоимость проданного товара одновременно с признанием дохода учитывается организацией в составе расходов по обычным видам деятельности и формирует себестоимость произведенных продаж (п. 5, 7, 9, 16, 18, 19 ПБУ 10/99).

Налог на добавленную стоимость.

Определение налоговой базы по отгрузке товара.

В этом случае на дату перехода права собственности на товар к покупателю налоговая база определяется как стоимость реализованного товара (за вычетом НДС) [3]. Не позднее пяти календарных дней со дня отгрузки товара продавец обязан составить счет-фактуру на продажную стоимость реализованного товара (п. 1, 3 ст. 168 НК РФ).

Определение налоговой базы при получении предоплаты (аванса).

В данном случае определяется налоговая база на дату получения предоплаты. С суммы полученного аванса НДС начисляется по расчетной ставке 18/118. При получении аванса, по общему правилу, предприятие покупателю предъявляет соответствующий размер НДС и выставляет счет-фактуру в пятидневный срок после получения аванса. Момент определения базы по НДС возникает на дату отгрузки товара, в счет ранее поступившей оплаты. Налоговая база при этом определяется согласно договорной стоимости отгруженных товаров за вычетом НДС. НДС по отгруженному товару, соответственно, предъявляется покупателю, с составлением счет-фактуры на реализованную стоимость товара. Счет-фактура выписывается не позднее пяти календарных дней со дня реализации товара [3].

При реализации продукции (товаров, работ, услуг) физическим лицам, которые не являются плательщиками НДС, счета-фактуры могут не выписываться, если имеется письменное согласие на это участников сделки. Данное согласие может быть прописано в договоре, заключаемом с покупателем. Тогда размер НДС прописывается (отдельной строкой) только в первичных и расчетных учетных документах.

Налог на прибыль.

Выручка от реализации продукции (товара, работ, услуг) учитывается в размере договорной цены товара (без учета НДС) в составе доходов от реали-

зации на дату перехода права собственности на реализованные товары к покупателю. Данный доход предприятие может уменьшить на размер прямых расходов. Расходом, в этом случае, признается стоимость приобретенного товара, реализованного покупателю (подп. 3 п. 1 ст. 268, ст. 320 НК РФ).

Учет расходов.

Интернет-торговля отличается от традиционной торговли, в том числе составом расходов. Например, в интернет-магазине нет таких затрат, как оплата аренды торговой площади и оплата труда продавцов, числящихся в штате. Расходы интернет-магазина складываются из:

- стоимости аренды складских помещений;
- оплаты услуг курьеров;
- зарплат сотрудников;
- затрат на ремонт и содержание автотранспорта;
- стоимости рекламы и маркетинговых исследований;
- затрат на поддержку функционирования web-сайта магазина, доставку, содержание служб поддержки клиентов и приема, формирования и отправки заказов.

Затраты на аренду склада.

В целях бухгалтерского учета затраты по аренде признаются в интернет-магазине ежемесячно на последнее число данного месяца и включаются в состав расходов по обычным видам деятельности (п. 5, 18 ПБУ 10/99). Данные расходы отражают по дебету счета 44 «Расходы на продажу».

Арендные платежи в целях исчисления налогооблагаемой прибыли, признаются прочими расходами, которые связаны с производством и реализацией (подп. 10 п. 1 ст. 264 НК РФ). В соответствии с условием заключенного договора, датой признания расходов является либо последнее число месяца, либо дата предъявления документов для расчетов налогоплательщику (подп. 3 п. 7 ст. 272 НК РФ).

Рассмотрим хозяйственные операции, присутствующие деятельности интернет-магазинов и их регистрацию в бухгалтерском учете [2].

1. Учет расходов по созданию сайта. Сайт интернет-магазина, владеющий исключительными правами на созданный сайт, в бухгалтерском учете признается нематериальным активом. В бухгалтерском учете делаются следующие записи:

- затраты на его создание отражаются:

Д-т сч. 08 «Вложения во внеоборотные активы», субсчет «Приобретение НМА» **К-т сч. 60** «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

- учтен входящий НДС:

Д-т сч. 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» **К-т сч. 60** «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

- входящий НДС принят к вычету:

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам» **К-т сч. 19** «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям»;

– нематериальный актив принимается к учету в сумме затрат:

Д-т сч. 04 «Нематериальные активы», **К-т сч. 08** «Вложения во внеоборотные активы», субсчет «Приобретение НМА»;

– со следующего месяца амортизационные отчисления по сайту начисляются:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 05** «Амортизация НМА».

Интернет-магазин, которому не принадлежат исключительные права на интернет-сайт, не может признать его нематериальным активом.

2. Учет расходов по аренде помещений. Интернет-магазин заключает договор аренды складских площадей. Арендная плата включает ежемесячно коммунальные платежи. В бухгалтерском учете делаются следующие записи:

– перечислена с расчетного счета оплата аренды за месяц:

Д-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» **К-т сч. 51** «Расчетные счета»;

– услуги по аренде включены в затраты месяца:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 60** «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

– учтен входящий НДС:

Д-т сч. 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» **К-т сч. 60** «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

– входящий НДС принят к вычету:

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам» **К-т сч. 19** «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям».

3. Расходы на маркетинговые исследования. Они являются необходимой частью деятельности интернет-магазина, поскольку не только привлекают посетителей на его сайт в сети Интернет, но и удерживают их и превращают в покупателей. В частности, исследования дают в руки владельцу интернет-магазина информацию, из которой можно сделать выводы, удастся ли web-сайту справляться с поставленными задачами. В ходе исследований анализируется удобство использования сайта сотрудниками и посетителями интернет-магазина. По результатам составляется отчет, где даются рекомендации. Проведение маркетинговых исследований связано с расходами, которые относятся на реализацию товаров или услуг, поэтому в бухгалтерском учете они отражаются на счете 44. В конце месяца данные расходы списываются в дебет счета 90. При начислении налога на прибыль расходы на проведение маркетинговых услуг могут быть заче-

ны в состав прочих расходов, которые связаны с производством и реализацией товаров (подп. 27 п. 1 ст. 264 НК РФ).

Интернет-магазин заключает договор на проведение маркетинговых исследований с организацией, которая составляет отчет о результатах маркетинговых исследований. На основании оказанных услуг подписывается акт.

В бухгалтерском учете магазина производятся следующие записи:

– результаты маркетинговых исследований отнесены на затраты:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 76** «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;

– отражен входящий НДС:

Д-т сч. 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» **К-т сч. 76** «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;

– оплачены с расчетного счета маркетинговые исследования:

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» **К-т сч. 51** «Расчетные счета»;

– принят к вычету входящий НДС по маркетинговым исследованиям:

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам» **К-т сч. 19** «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям»;

– списаны на продажи расходы на маркетинговые исследования:

Д-т сч. 90 «Продажи», субсч. 2 «Себестоимость продаж» **К-т сч. 44** «Расходы на продажу».

4. Расходы на доставку покупателям товара. Интернет-магазин может доставлять товар покупателю своим транспортом или пользоваться услугами транспортной компании (перевозчика). Затратами на доставку могут быть, например, амортизация собственных автомобилей, используемых непосредственно для доставки товара, зарплата водителей данного транспорта, стоимость горюче-смазочных материалов (ГСМ), а также услуг транспортной компании.

Большинство интернет-магазинов включают стоимость доставки в цену товара для облегчения учета издержек на пересылку. В данном случае расходы на пересылку товаров можно рассматривать в качестве расходов на продажу.

Другие фирмы выбирают другой способ пересылки. Они сумму доставки в цену товара не включают. В данном случае покупатель отдельно оплачивает пересылку (в документах отдельно указывается доставка). Деньги за доставку, полученные от покупателей, отражаются в составе выручки, а понесенные расходы учитываются в затратах интернет-магазина. При этом затраты на курьерскую дос-

тавку товаров покупателям являются расходами по обычным видам деятельности и собираются на счете 44.

В налоговом учете затраты на доставку товара покупателю при налогообложении прибыли учитываются в составе косвенных расходов, которые связаны с производством и реализацией (подп. 1 п. 1 ст. 253, абз. 3 ст. 320 НК РФ). Если интернет-магазин использует общий режим налогообложения и имеет собственную службу доставки, заработная плата курьеров и расходы на оплату их проезда к покупателю и обратно, включаются в состав расходов на оплату труда (п. 1 и 3 ст. 255 НК РФ, ст. 168.1 ТК РФ) [2]. Затраты на горюче-смазочные материалы для автомобилей, доставляющих заказы, а также затраты по их ремонту отражаются в составе прочих расходов, которые связаны производством и реализацией (подп. 11 п. 1 ст. 264 НК РФ).

Если интернет-магазин не имеет собственной службы доставки, а использует стороннюю специализированную организацию, то стоимость ее услуг также относится в состав прочих расходов на основании подп. 49 п. 1 ст. 264 НК РФ. В случае доставки товаров с помощью почтовых отправлений оплата доставки товаров следует учитывать в составе прочих расходов на основании подп. 25 п. 1 ст. 264 НК РФ.

Интернет-магазин доставляет товары до покупателя, используя собственную курьерскую службу и по почте, а ее стоимость включает в цену товара. У магазина возникают следующие расходы: амортизация автомобилей, зарплаты водителей-экспедиторов и курьеров (а также страховые взносы во внебюджетные фонды), стоимость проездных билетов на общественный транспорт, расходы по путевым листам на ГСМ, стоимость услуг почты.

Указанные расходы отражаются в бухгалтерском учете следующими записями:

- начислена амортизация по автомобилям:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 02** «Амортизация основных средств»;

- начислена заработная плата:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 70** «Расчеты с персоналом по оплате труда»;

- начислены страховые взносы:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 69** «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению»;

– выдано под отчет водителю на приобретение ГСМ:

Д-т сч. 71 «Расчеты с подотчетными лицами» **К-т сч. 50** «Касса»;

- приобретен ГСМ согласно авансовому отчету:

Д-т сч. 10 «Материалы» **К-т сч. 71** «Расчеты с подотчетными лицами»;

- списаны ГСМ по путевым листам:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 10** «Материалы»;

– выдано под отчет на приобретение проездных билетов:

Д-т сч. 71 «Расчеты с подотчетными лицами» **К-т сч. 50** «Касса»;

- учтены расходы на проездные билеты:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 71** «Расчеты с подотчетными лицами»;

- учтены почтовые расходы:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 60** «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

- оплачены с расчетного счета услуги почты:

Д-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» **К-т сч. 51** «Расчетные счета»;

– списаны на продажи расходы на доставку товаров:

Д-т сч. 90 «Продажи», субсч. 2 «Себестоимость продаж» **К-т сч. 44** «Расходы на продажу».

5. Рекламные расходы. Интернет-магазинам приходится использовать разные виды рекламы (например, телереклама, радиореклама, реклама в Интернете и пр.) и обращаться к услугам сторонних организаций. На рекламные затраты приходится большая часть расходов интернет-магазина. Одна из главных статей расходов – оплата услуг по продвижению сайта. Под это определение подпадают услуги по комплексной работе над web-сайтом магазина с целью повышения его конкурентоспособности и попадания на первые места в поисковых системах при выдаче информации по определенным запросам, а также повышение эффективности работы web-сайта в части рекламирования магазина в сети Интернет. Главная задача – сделать сайт популярным.

Услуги по продвижению web-сайта могут оказывать как юридические, так и физические лица. Стоимость рекламных услуг учитывается организацией в составе расходов по обычным видам деятельности в качестве коммерческих расходов (п. 5, 7, 9 ПБУ 10/99) [3]. Расходы по обычным видам деятельности формируют себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг (п. 9 ПБУ 10/99). При этом расходы на продажу (коммерческие расходы) могут признаваться в себестоимости продаж того отчетного периода, в котором они признаны в качестве расходов по обычным видам деятельности (абз. 2 п. 9 ПБУ 10/99).

Сумма задолженности перед поставщиком рекламных услуг отражается по дебету счета 44 в корреспонденции с кредитом счета 60 и списывается в дебет счета 90, субсчет 2 «Себестоимость продаж».

В силу п. 4 ст. 264 НК РФ затраты на рекламные мероприятия через средства массовой информации и телекоммуникационные сети относятся для

целей налогообложения прибыли к расходам на рекламу. В свою очередь эти расходы отражаются в регистре прочих расходов. Рекламные расходы признаются в том отчетном (налоговом) периоде, к которому относятся (в данном случае – на дату подписания акта приемки-сдачи оказанных услуг), независимо от времени фактической выплаты денежных средств (п. 1, подп. 3 п. 7 ст. 272 НК РФ). Эти затраты можно квалифицировать как ненормируемые рекламные расходы независимо от того, с кем заключен договор: со сторонней организацией или с физическим лицом, не являющимся индивидуальным предпринимателем. Такие разъяснения даны в письме Минфина России от 08.08.12 № 03-03-06/1/390.

6. Интернет-магазин заказал продвижение web-сайта сторонней организации. В бухгалтерском учете необходимо произвести следующие записи:

– учтены расходы сторонней организации на продвижение web-сайта:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 60** «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

– отражена сумма предъявленного сторонней организации НДС в стоимости оказанных услуг:

Д-т сч. 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» **К-т сч. 60** «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

– предъявлена к вычету сумма «входного» НДС:

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам» **К-т сч. 19** «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям»;

– оплачены с расчетного счета услуги сторонней организации по продвижению web-сайта:

Д-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» **К-т сч. 51** «Расчетные счета».

7. На услуги по продвижению web-сайта интернет-магазин заключил договор подряда с физическим лицом (не зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя). Доходы, полученные физическим лицом в виде вознаграждения за выполнение работ по договору подряда, облагаются налогом на доходы физических лиц. Организация является налоговым агентом по НДФЛ, поэтому обязана исчислить, удержать и уплатить в бюджет соответствующую сумму налога. Дата фактического получения дохода определяется, в данном случае, как день перечисления платы по договору подряда на счет физического лица в банке [1]. Магазины дистанционной торговли нужно удержать и перечислить в бюджет НДФЛ.

В бухгалтерском учете производятся следующие записи:

– включена в состав расходов стоимость оказанных услуг по продвижению web-сайта:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 76** «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;

– удержан НДФЛ с суммы вознаграждения:

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» **К-т сч. 68** «Расчеты по налогам и сборам»;

– начислены страховые взносы на сумму вознаграждения:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу» **К-т сч. 69** «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению», субсч. «Расчеты с ПФР», «Расчеты с ФФОМС»;

– выплачена из кассы сумма вознаграждения:

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» **К-т сч. 50** «Касса».

Сумма вознаграждения, причитающаяся по договору подряда физическому лицу, не являющемуся предпринимателем, облагается НДФЛ и признается объектом обложения страховыми взносами на дату начисления вознаграждения.

Таким образом, мы рассмотрели основные хозяйственные операции по учету деятельности интернет-магазина. Учет всех операций осуществляется на основании соответствующих первичных учетных документов (квитанций, чеков, путевых листов, актов выполненных работ и т. п.).

Глобальная сеть Интернет открыла любому пользователю безграничный доступ к различным ресурсам человечества. Не выходя из дома можно получать интересующую информацию, дистанционно обучаться в учебных заведениях, а также совершать интернет-покупки и многое другое [4]. Интернет-торговля за последнее время стала доступной и популярной, так как одинаково выгодна и покупателям и продавцам [5].

Литература

1. Сайт информационно-аналитического электронного издания «Бухгалтерия.ru» URL: <http://www.buhgalteria.ru/>
2. Бурсулая Т. Д. Интернет-магазин: бухгалтерский и налоговый учет // Бухгалтерский учет. 2016. № 10.
3. Меркулова Е. Ю., Абдукаримова Л. Г., Баева Е. А. [и др.] Бухгалтерский учет. Тамбов, 2013.
4. Трегубова В. М., Мяскина А. Ф., Оводкова Т. А. Глобальная сеть в России: проблемы и перспективы // Социально-экономические явления и процессы. 2014. № 4(62). С. 101-105.
5. Махонина И. Н. Законодательное обеспечение применения пластиковых карт при безналичных расчетах в учетно-операционной деятельности банков // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. 2012. № 10(114). С. 89-95.

References

1. Sajt informatsionno-analiticheskogo elektronno go izdaniya «Buhgalteriya.ru» [Website of the information and analytical electronic edition «Бухгалтерия.ру»] URL: <http://www.-buhgalteria.ru/>
2. Bursulaya T. D. Internet-magazin: bukhgalterskij i nalogovyj uchet [Online store: accounting and tax accounting] // Buhgalterskij uchet. 2016. № 10.
3. Merkulova E. Yu., Abdugarimova L. G., Baeva E. A. [i dr.] Buhgalterskij uchet [Accounting]. Tambov, 2013.
4. Tregubova V. M., Myalkina A. F., Ovodkova T. A. Global'naya set' v Rossii: problemy i perspektivy [Global network in Russia: problems and prospects] // Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy. 2014. № 4(62). S. 101-105.
5. Makhonina I. N. Zakonodatel'noye obespecheniye primeneniya plastikovykh kart pri beznalichnykh raschetakh v uchetno-operatsionnoj deyatel'nosti bankov [Legislative ensuring application of plastic cards at clearing settlements in registration operating activities of banks] // Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya Gumanitarnye nauki. 2012. № 10(114). S. 89-95.

* * *

INTERNET TRADE: FEATURES OF REGISTRATION PROCESS

TREGUBOVA VALENTINA MIKHAYLOVNA
Tambov State University named after G. R. Derzhavin,
Tambov, the Russian Federation, e-mail: luch-kt@mail.ru

MAKHONINA IRINA NIKOLAEVNA
Tambov State University named after G. R. Derzhavin,
Tambov, the Russian Federation, e-mail: INMakhonina@mail.ru

Internet technologies in modern society have wide distribution practically in all spheres of action and, of course, in the organization of trade by means of Internet resources. They allow to optimize various information processes. Analyzing value of Internet technologies and their role at the present stage of development of society, it is possible to come to a conclusion that this role is strategically important, and in the near future value of these technologies will increase quickly enough. These technologies define a crucial role in all areas of development of society today, including in Internet trade. Internet technologies satisfy needs of heads for the timely, reliable and objective information necessary for effective activity of the organization. Amendments to the Federal Law 54 «About use of the control and cash equipment at implementation of cash monetary calculations and (or) calculations with use of electronic instruments of payment» considerably mention a procedure for payment of purchases in online store and its algorithm of work. The organizations and the individual entrepreneurs who are in trade at retail on the Internet have the right to apply either the general system of the taxation, or a simplified tax system. After the choice of system of the taxation it is necessary to choose an order of maintaining accounting and tax accounting in online store. At a simplified tax system it is possible to conduct accounting in the simplified option. But only the online stores observing the restrictions on revenue, number of workers, book value of fixed assets established by the Tax Code of the Russian Federation can apply this system. To properly reflect the operations connected with online trade in accounting and tax accounting, and what are their features?

Key words: Internet trade, online store, accounting, tax accounting, website, technology, information

Об авторах:

Трегубова Валентина Михайловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и налогового контроля Института экономики, управления и сервиса Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация

Махонина Ирина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и налогового контроля Института экономики, управления и сервиса Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация

About the authors:

Tregubova Valentina Mikhaylovna, Candidate of Economics, Associate Professor of the Accounting and Tax Control Department, Institute of Economy, Management and Service, Tambov State University named after G. R. Derzhavin, Tambov, the Russian Federation

Makhonina Irina Nikolaevna, Candidate of Economics, Associate Professor of the Accounting and Tax Control Department, Institute of Economy, Management and Service, Tambov State University named after G. R. Derzhavin, Tambov, the Russian Federation