

СЧЕТОВОДНИ И ДАНЪЧНИ АСПЕКТИ НА ДРОПШИПИНГА

Докторант Радост Няголова Кралева

Икономически университет – Варна, radost.krалева@ue-varna.bg

ACCOUNTING AND TAX ASPECTS OF DROPSHIPPING

Radost Nyagolova Krалева, PhD student

University of Economics – Varna, radost.krалева@ue-varna.bg

Abstract: *Dropshipping is an innovative business model that is widely applied in the field of e-commerce. Its main characteristic is that the merchant offers products online without physically storing them. Despite the obvious advantages of this model - such as low startup costs, no need for warehouse infrastructure, and optimized inventory management - it presents specific challenges from both an accounting and tax perspective.*

Keywords: *dropshipping, e-commerce, taxation, accounting*

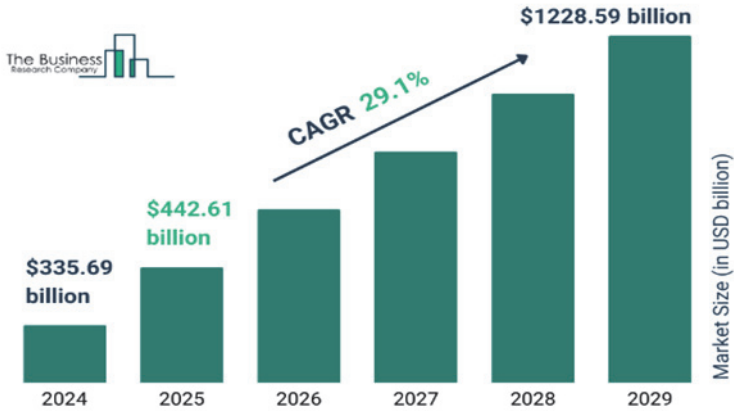
1. Въведение

Дропшипингът (dropshipping) е модел за онлайн търговия, при който продавачът предлага стоки, без да ги държи в собствен склад. Вместо това, при поръчка от клиент, продавачът (дроппиър) закупува стоката от трето лице, обикновено производител или доставчик, който я изпраща директно до крайния клиент. Този модел елиминира нуждата от значителни първоначални инвестиции в стоки и складови площи, което го прави изключително атрактивен за стартиращи предприемачи.

Според данни от The Business Research Company, глобалният пазар на дропшипинг се очаква да нарасне от \$335.69 милиарда през 2024 г. до \$442.61 милиарда през 2025 г., което представлява годишен ръст от 31.9%. Прогнозите сочат, че до 2029 г. пазарът може да достигне \$1.228 трилиона, подчертавайки устойчивия растеж на този бизнес модел.

Независимо от по-лесното навлизане на пазара, дропшипинг бизнесът поставя специфични счетоводни и данъчни предизвикателства. Отчитането на приходи без физическо складиране, управлението на разходите за външни доставки и спазването на данъчните изисквания (особено при трансгранични продажби) изискват внимателен подход. Настоящият доклад предлага цялостен преглед на тези аспекта – от теорията на бизнес модела до практическото му счетоводно отчитане – с фокус върху българските норми и регулации, в контекста на международните правила. По-нататък се разглеждат подробно същността на дропшипинга, специфичните счетоводни процедури, данъчното третиране, практически казуси, както и визуална схема на потоците от стоки и пари, характерни за модела. Целта е да се изведат най-добрите практики за правилно счетоводно отчитане и данъчно съответствие при дропшипинг, което е особено важно за успеха и законосъобразността на този бизнес в България и в чужбина.

Drop Shipping Global Market Report 2025



Фигура 1. Прогнозен пазарен растеж на дропшипинг търговията

2. Същност на дропшипинг модела

При дропшипинга участват три основни страни: клиент, търговец (дропшипър) и доставчик. Ключовата характеристика е, че дропшипърът приема поръчки и плащания от клиенти, но прехвърля изпълнението – опаковане и доставка на стоката – на доставчика. На практика това означава, че клиентът поръчва през онлайн магазин на търговеца, който от своя страна изпраща поръчката към доставчика; доставчикът изпраща стоката директно до клиента от името на дропшипъра, като много доставчици използват бранда на търговеца при пратките. Дропшипърът печели от разликата между цената на дребно (платена от клиента) и цената на едро (платена на доставчика). Търговецът не поддържа складова наличност – стоките не се закупуват предварително, а само след като има реална заявка от странана клиента. По този начин се избягват разходите за складиране и рискът от непродаване на стоките.

Предимствата на модела са:

- Ниски първоначални разходи поради липса на необходимост от закупуване на стоките предварително;
- Гъвкавост и мащабируемост – търговецът лесно може да тества различни продукти и пазари, без да се обвързва със складови наличности;
- Широк избор на продукти – възможно е предлагане на голям асортимент, тъй като доставчиците могат да са множество и специализирани;
- Независимост от определена локация – бизнесът може да се управлява от всяка точка посредством интернет.

Тези преимущества правят модела популярен на глобално равнище, включително в България, където ниският праг за регистрация на фирма (капитал от 2 лв. за ООД) допълнително улеснява навлизането в този бизнес.

Недостатъци и рискове:

- Печалбата обикновено е по-малка поради голямата конкуренция и лесния достъп до пазара.

- Контролът върху обслужването на поръчката и качеството на продукта е ограничен – търговецът е зависим от надеждността на доставчика относно точността на изпращане и състоянието на стоката.
- Забавяне при доставка или дефектен продукт могат да навредят на репутацията на магазина, въпреки че, проблемът може да бъде в доставчика.
- Също така, сложността на трансграничните продажби – разлики в ДДС ставки, митнически процедури, езици – може да увеличи административната тежест.

Както ще се разгледа по-долу, промените в европейските регулации от 2021 г. целят именно да опростят някои от тези сложности чрез въвеждането на режими като OSS и IOSS (обслужване на едно гише за ДДС).



Фигура 2. Последователност на стопанските операции при дропшипинга

3. Данъчно третиране на дропшипинг търговията

В данъчен аспект дропшипингът може да доведе до сложни казуси, особено при трансгранична търговия. В зависимост от това къде се намира търговецът, клиентът и доставчикът, възникват различни задължения за регистрация по ЗДДС и подаване на данъчни декларации. Особено внимание се изисква при продажби към държави от Европейския съюз, където режимът OSS (One Stop Shop) предлага облекчена процедура за деклариране на ДДС, но същевременно налага стриктно спазване на нормативната уредба.

3.1. Регистрация по ЗДДС

След като фирмата бъде регистрирана, следваща ключова стъпка за дропшипърите е задължителна регистрация по ЗДДС. В дропшипинг модела една от основните разходни пера е свързана с реклама в дигиталните канали. За да привлекат клиенти към своя онлайн магазин, търговците често разчитат на платени кампании в Google, Facebook, Instagram и все по-често – YouTube. Макар тези платформи да са американски по произход, за целите на европейския пазар те използват дъщерни дружества в ЕС, обикновено регистрирани в Ирландия, които издават фактури с включен валиден ДДС номер.



Съгласно чл. 97а, ал. 1 от Закона за ДДС, всяко лице, което получава услуги с място на изпълнение в България от доставчици, регистрирани в ЕС, подлежи на задължителна регистрация по ЗДДС. Това означава, че за да може фирмата да използва тези маркетингови услуги законно, тя трябва предварително да се регистрира по този режим. Този вид регистрация по чл.97а от ЗДДС е изгоден вариант за онлайн търговеца, ако основният пазар, към който се е насочил, е в Европейския съюз.

Въпреки че регистрацията по чл. 97а е минимално изискване, много от дропшипинг предприемачите избират да се регистрират доброволно по чл. 100, ал. 1 от ЗДДС, което им предоставя възможност да ползват данъчен кредит и да улеснят вътреобщностната търговия. Това би бил по-добър вариант, ако крайните клиенти са физически лица от трети страни извън ЕС. Тогава ще може да се ползва данъчен кредит за покупките, които имат право на такова, а за продажбите ще се начислява 0% ДДС, тъй като се извършва износ от територията на страната до трета страна.

След като общият обем на дистанционни продажби на стоки към клиенти – физически лица, в рамките на Европейския съюз надхвърли прага от 10 000 евро за една календарна година, търговецът има два варианта: да се регистрира по ЗДДС във всяка отделна държава членка, където изпраща стоки или да избере регистрацията по режима в Съюза (OSS) съгласно чл. 156 от ЗДДС.

Също така, ако фирмата реализира облагаем оборот в размер на 100 000 лева или повече за последните дванадесет последователни месеца (праг, валиден от 1 април 2025 г.), тя подлежи на задължителна регистрация по чл. 96, ал. 1 от ЗДДС, независимо от характера на продажбите.

Онлайн търговецът може да бъде задължен да се регистрира по ДДС и на друго основание, регламентирано в чл. 99, ал. 3 от ЗДДС. Това задължение възниква, когато дадено лице, което не е регистрирано по чл. 96, 97, 100, ал. 1 или чл. 102 от закона, извършва вътреобщностни придобивания на стоки, чиято кумулативна стойност за текущата календарна година надвишава 20 000 лева. В момента, в който стойността на тези придобивания премине установения праг, се счита, че данъчнозадълженото лице е осъществило облагаема доставка. За това придобиване следва да се издаде протокол по чл. 117 от ЗДДС, който се включва в дневника за продажби и подлежи на облагане с ДДС.

3.2. Регистрация на електронен магазин

Всички търговци, които предлагат стоки или услуги онлайн, получават плащания в брой, чрез наложен платеж или плащания чрез дебитна и кредитна карта чрез виртуален ПОС терминал, са длъжни да регистрират своите електронни магазини в НАП съгласно чл. 3 от Наредба №Н-18/2006 г. Декларацията се подава преди започване на дейността. Информацията, която се подава за електронния магазин, е описана в Приложение № 33 към чл. 52м, ал. 1 от Наредба Н-18 за регистрирани и отчитане чрез фискални устройства на продажбите в търговските обекти, изискванията към софтуерите за управлението им и изискванията към лицата, които извършват продажби чрез електронен магазин и включва:

- Наименование и домейн на онлайн магазина;
- Информация за лицето, извършващо продажби чрез електронния магазин: фирма, ЕИК, представител, адрес, телефон;
- По какъв начин се извършват продажбите – чрез онлайн платформа, собствен или нает електронен магазин;
- Ако е платформа – наименование и оператор на платформата;

- Ако е собствен или нает магазин – информация за собственика на домейна, описание на използваната хостинг услуга, от кого се осъществява поддръжката, наименование и версия на софтуера на електронния магазин и къде се съхраняват данните;
- Вид на продаваните стоки или услуги.

Ако след първоначалната регистрация търговецът реши да предлага нови стоки или услуги, следва да се допълни вече подадената информация.

Онлайн търговците са длъжни да издават касов бон от фискално устройство или от интегрирана система и да регистрират електронния си магазин в НАП, когато получават плащания от своите клиенти по следните начини:

- Пари в брой;
- Чрез наложен платеж, когато той не е в комбинация с пощенски паричен превод, напр. в други държави, тъй като ППП важи само за България;
- С дебитни или кредитни карти чрез виртуален ПОС терминал, освен в предвидените изключения по Наредба Н-18.

Лицата не са длъжни да издават касов бон от фискално устройство или от интегрирана система и да регистрират електронния си магазин в НАП, когато получават плащания по следните начини:

- Директно по банковата сметка на предприятието;
- Чрез наложен платеж + пощенски паричен превод на територията на България и е изпратена нужната информация на клиента;
- С дебитна или кредитна карта, когато търговецът е регистрирал електронния си магазин в НАП, използва СУПТО, изпраща на клиента електронна касова бележка, която се генерира автоматично от поръчката в сайта и отговаря още на ред изисквания по Наредба Н-18. В този случай не е нужно издаване на касов бон, а се подава одиторски файл.

3.3. Облагане на продажбите по ЗДДС

След извършване на първоначалните регистрации следва да се даде отговор на въпроса кога трябва да се начислява ДДС при продажби към клиентите. Датата на данъчното събитие според чл.25, ал.3, т.4 от ЗДДС възниква, когато „доставчикът получи плащането – при продажба на стоки чрез поръчка по пощата или по електронен път“. Данъчната ставка зависи от това къде се намират клиентите и дали те са регистрирани лица по ДДС и имат валиден VAT номер.

В обичайния случай на покупка от електронния магазин на дропшипъра, клиент е физическо лице, което може да е от страна от ЕС или от трета страна. Следва да бъдат разгледани отделните случаи по-долу.

При условие, че клиент е българско физическо лице, онлайн търговецът начислява ДДС при продажбите си, когато е регистриран по ЗДДС на общо основание.

Когато клиентът е от Европейския съюз и доставката започва от България и завършва до друга държава членка на ЕС, има два варианта:

- ако онлайн търговецът е регистриран само по чл.97а от ЗДДС, то той не начислява ДДС при продажбите си до достигане на прага от 10 000 евро на вътреобщностните дистанционни продажби. В този случай се начислява 20% ДДС с Протокол по ЗДДС по чл.117, ал.1 само върху сумата на получените услуги от ЕС във връзка с реклама и маркетинг, използване на чуждестранни онлайн платформи и т.н. Протоколът се включва в Дневник продажби и данъкът се внася в българския бюджет;
- при условие, че дропшипърът е регистриран по чл.100, ал.1 или по чл.96, ал.1 от ЗДДС, той начислява ДДС по българското законодателство, 20% или 9% ДДС до



достигане на прага от 10 000 евро за календарната година на дистанционни вътреоб-щностни продажби. Това ДДС се декларира обичайно със справката-декларация за ЗДДС до 14-то число на следващият месец. Ако общият обем на B2C продажбите към всички държави членки надхвърли 10 000 евро годишно, дропшипърът е длъжен да начислява ДДС на държавата на клиента за всяка следваща продажба. За целта трябва или да се направи регистрация по ДДС във всяка страна членка, където се изпращат стоките, или да се избере регистрация по един от специалните режими OSS (One Stop Shop). За да се избегне множеството регистрации във всяка страна, ЕС въведе този режим „Обслужване на едно гише“. Българският търговец може да се регистрира по OSS в България (чрез НАП) и да декларира тримесечно своите дистанционни продажби в ЕС, като начислява ДДС по ставките на съответните държави на потребление. Това ДДС не се включва в Справката-декларация, а се подава отделно информация, която съдържа общият оборот по държави членки; продажби по ставки на ДДС във всяка държава; начисленото ДДС по ставка и държава. НАП от своя страна разпределя дължимия данък към бюджетите на тези държави. Този режим значително опростява изпълнението на данъчните задължения при трансграничен дропшипинг в ЕС, намалявайки административната тежест с до 95% според Европейската комисия.

Пример: „Дроп Шоп“ ООД продава стоки, посредством собствен сайт на клиенти в Германия, Франция и Италия. Общите продажби за ЕС са 50 000 евро за годината. Чрез регистрация в OSS, „Дроп Шоп“ ще начислява 19% ДДС по немското законодателство за клиентите в Германия, 20% ДДС за клиентите във Франция по френското законодателство и 22% ДДС за клиентите в Италия по италианското законодателство, като всичко декларира в единна OSS декларация на тримесечие. Така се избягва нуждата от три отделни регистрации. Под прага от 10 000 евро годишно, фирмата може да избере да начислява 20% ДДС на всички тези продажби по българското законодателство, но след достигането му трябва задължително да премине към ставките на държавите на клиента.

В случай че клиентът е физическо лице от страна от ЕС и стоката се изпраща от друга страна членка, различна от тази, където е установен онлайн търговецът, например Румъния, то тогава прагът от 10 000 евро не се прилага. Дропшипърът следва да се регистрира по ДДС и да се внася в тази страна, от която тръгват стоките към крайния клиент, или по специалния режим OSS. Ако клиентът е от същата страна, от където се изпращат стоките, в случая Румъния, режимът OSS не може да се приложи и онлайн търговецът е задължен да направи регистрация по ДДС в тази държава.

Много често дропшипърите в България работят с доставчици от Китай, САЩ или други държави извън ЕС. Стоките се изпращат директно от там на клиентите (в България или ЕС). Тук възниква въпросът за митническото оформяне и ДДС при внос. До 2021 г. малките пратки до 22 евро бяха освободени от импортно ДДС, но това вече не е така – всички пратки от трети страни се облагат с ДДС при внос, независимо от стойността. За да не се налага крайният потребител да плаща ДДС при доставката (което би било неприятна изненада за него), е създаден режима Import One Stop Shop (IOSS). При него дропшипърът още при продажбата към клиента начислява ДДС на по законодателството на страната на клиента. Това ДДС после се декларира месечно през IOSS системата. Предимството е, че при митническото преминаване на стоката IOSS номерът указва, че ДДС вече е платен – пратката минава бързо, без допълнително плащане от получателя. IOSS важи за пратки със стойност до 150 евро. Ако стойността надхвърля 150 евро, стандартните митнически правила се прилагат – обикновено получателят на стоката ще дължи ДДС и мито при вноса, които трябва или да бъдат платени от търговеца (ако е DDP – доставено, мито платено) или от клиента

(DDU – мито неплатено, клиентът плаща при доставка). В контекста на дропшипинг, най-доброто клиентско изживяване е, когато търговецът предварително се е погрижил за тези такси. Това може да стане чрез: IOSS за ДДС (при по-ниски стойности) или чрез използване на логистични партньори, които фактурират митата на търговеца. За български дропшипър, регистрацията по IOSS става отново през НАП. След това фирмата ще има отделна месечна декларация за импортните продажби.

Например, ако „Дроп Шоп“ продава на австрийски клиент стока за 100 евро, доставена от Китай, при използване на IOSS той ще начисли 20% ДДС в размер на 20 евро, по смисъла на австрийското законодателство, клиентът плаща общо 120 евро, стоката минава през митницата, без плащане от страна на получателя, а „Дроп Шоп“ декларира 20 евро ДДС, в IOSS. Ако не използва IOSS, при доставка куриерът ще изиска 20 евро ДДС от клиента + евентуални такси, при което има по-голям риск от недоволство или отказ на пратката.

Към фирми в ЕС с валиден VAT номер не се начислява ДДС. Сделката се третира като вътреобщностна доставка с 0% ставка, при условие че и двете страни са регистрирани по ЗДДС и клиентът е в друга държава членка.

Към клиенти извън ЕС не се начислява ДДС. Продажбата се третира като износ и е облагаема с 0% ставка, но е необходимо да се съхраняват доказателства за експорта. Въпреки това, за някои отделни страни, в които се изпращат стоки, онлайн търговецът трябва да се съобрази с местното законодателство и в определени случаи е задължен да начислява и внася ДДС в съответната страна.

От 1 януари 2021 г., след BREXIT Великобритания вече не е част от ЕС. При продажба на стоки към физически лица от UK на стойност до £135, търговецът е задължен да се регистрира по ЗДДС във Великобритания, да получи UK VAT номер и да начислява местен ДДС по английското законодателство. Това задължение е наложено от британските фискални органи и важи както за местни, така и за чуждестранни търговци.

Подобен е случаят с Норвегия, при който пратки до NOK 3,000 (около €260), внасяни от чужбина, онлайн търговецът е задължен да събира норвежки ДДС (25%) чрез VOEC (VAT On E-Commerce) схема. Ако продажбите се правят чрез онлайн платформи като Amazon, Etsy, eBay, то те имат регистрирани VOEC номера и действат като доставчик.

В САЩ няма ДДС, но има „sales tax“ на ниво щат. Чуждестранните продавачи трябва да се регистрират за sales tax, ако надхвърлят определен праг на продажби към клиенти в щата. Това засяга и дропшипърите – ако, да кажем, една българска фирма реализира оборот \$100 000 към клиенти или 200 поръчки от Калифорния, на теория трябва да се регистрира и събира калифорнийски sales tax. На практика, много дропшипъри продават чрез познатите платформи (Amazon, Etsy, eBay), които вече са задължени да събират sales tax, вместо продавачите при онлайн продажби (те се третират като „deemed supplier“, предполагаем доставчик, подобно на режима за маркетплейси в ЕС). Ето защо ако български дропшипър използва Amazon FBA, тази платформа автоматично ще начислява и внася местните данъци, освобождавайки продавача от това задължение. Ако продава през собствен сайт към американски граждани, ще трябва сам да проучи правилата на отделните щати. В рамките на ЕС този проблем не стои, тъй като ДДС е уеднаквен и се покрива с OSS.

3.4. Облагане с корпоративен данък

Корпоративният данък (данък върху печалбата) за дропшипинг фирмите в България се подчинява на общия режим, установен в Закона за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО). Данъчната ставка е 10% върху данъчната печалба, която



се явява една от най-ниските в ЕС и прави България привлекателна юрисдикция за опериране на онлайн бизнеси. Дропшипинг компанията, регистрирана като местно юридическо лице, облага печалбата си, независимо че клиентите може да са в чужбина. Тук международните спогодби за избягване на двойно данъчно облагане гарантират, че печалбата няма да бъде обложена втори път другаде, стига компанията да няма постоянно място на стопанска дейност в друга държава. На практика, цялата дейност – приемане на поръчки, управление на сайта, маркетинг – се извършва от България, така че печалбата е изцяло облагаема тук.

Единствено ако дропшипърът направи структура със склад в чужбина или наеме персонал там, ако в склада се обработват поръчки, издават се фактури и се сключват договори, може да възникне задължение за начисляване на данък в чужбина – например, склад в Германия за складиране на стока би могъл да се третира като постоянен обект и печалбата от тези продажби да се облага и там пропорционално, а в България се признава данъчен кредит за платеният данък в чужбина.

Предприятието изготвя годишен финансов отчет по Националните счетоводни стандарти или МСС/МСФО (ако е приложимо) и формира счетоводен финансов резултат. Този резултат се коригира по реда на ЗКПО с данъчни временни или постоянни разлики (напр. някои непризнати разходи, ако има такива) и се декларира в годишната данъчна декларация до 30 юни на следващата година. В специфичния контекст на дропшипинга няма допълнителни данъчни облекчения или утежнения – т.е. не съществува отделен режим, както например при корабоплаване или хазарт.

Таблица 1

Начисляване на ДДС при дропшипинг според мястото на изпълнение на доставката

№	Стока се изпраща от	Доставя се до	Място на изпълнение на доставката	Начислява ли се ДДС от дропшипъра?	Забележка
1	България (ЕС)	България (ЕС)	България	Да – 20% български ДДС	Вътрешна доставка
2	България (ЕС)	Германия (ЕС)	Германия (при OSS регистрация)	Да – с OSS: немски ДДС	При над 10 000 EUR/година за целия ЕС
3	България (ЕС)	САЩ	Извън ЕС	Не – мястото на доставката е извън ЕС	Износ – 0% ДДС до достигане на определен праг за съответния щат
4	Китай (извън ЕС)	България (ЕС)	България (внос на територията на ЕС)	Да – чрез IOSS (ако е под 150 EUR)	Алтернативно: ДДС се дължи при внос
5	Китай (извън ЕС)	Германия (ЕС)	Германия (внос)	Да с IOSS или Не без IOSS	Без IOSS – клиентът плаща при доставка
6	Китай (извън ЕС)	Обединено кралство (UK)	UK	Да – 20% UK VAT при стойност ≤ £135	eBay, Amazon, Etsy начисляват

Международна научна конференция „Съвременни управленски практики XII“
РАЗВИТИЕТО И ОБУЧЕНИЕТО НА МЕНИДЖЪРИ И ПРЕДПРИЕМАЧИ
В ИНДУСТРИЯ 5.0

7	Китай (извън ЕС)	Норвегия	Норвегия (внос под 3 000 NOK)	Да – 25% MVA (VOEC)	Изисква VOEC регистрация; eBay, Amazon, Etsy начисляват
8	Германия (ЕС)	Франция (ЕС)	Франция (при OSS)	Да – чрез OSS (френски ДДС)	Вътреобщностна дистанционна доставка
9	Германия (ЕС)	САЩ	Извън ЕС	Не – мястото на доставка е в САЩ	Износ – 0% ДДС до достигане на определен праг за съответния щат
10	САЩ (извън ЕС)	Германия (ЕС)	Германия (внос на територията на ЕС)	Да с IOSS или Не без IOSS	Данък при внос или IOSS

4. Счетоводни аспекти на дропшипинга

Счетоводното отчитане на дропшипинг операциите следва принципите за отчитане на стандартна търговска дейност, но с някои особености, произтичащи от липсата на собствен склад и участието на трета страна (доставчик) при изпълнението на продажбата.

Правилното счетоводно отчитане на дропшипинг дейността изисква точно проследяване и документиране на приходите, разходите и крайният финансов резултат. Основата при изчисляване на месечният приход е стойността на изпратените поръчки към клиенти в рамките на съответния период. От този приход следва да бъдат приспаднати всички признати за данъчни цели разходи, за които фирмата разполага с надлежно издадени документи.

Такива разходи включват:

- такси за реклама в платформи като Google Ads и Facebook;
- абонаментни и транзакционни разходи към PayPal, Stripe, и други използвани системи;
- комисиони към онлайн платформи (ако дропшипърът продава през Amazon, eBay и др.);
- транспортни и логистични разходи, ако договаря отделно плащане за доставка;
- месечни такси за интернет и хостинг;
- домейн и техническа поддръжка, ако те са на името на фирмата;
- разходи за амортизация на хардуер и софтуер (напр. лаптоп, компютър, бизнес софтуер);
- такса за счетоводно обслужване.

Стойността на закупените стоки от доставчици, удостоверена с фактура или документ от търговски агент (ако се ползва такъв), се отписва, с което се намаляват приходите от продажби. Някои платформи и маркетплейси удържат комисионни от плащането на клиента директно – счетоводно търговецът трябва да отчете реализираният приход в пълен размер и отделно да отчете разходи за комисиона, а не само нетната сума. След като всички приходи и разходи бъдат надлежно осчетоводени за месеца, се определя финансовият резултат – печалба или загуба.

Много важно е, още при първоначалната настройка на профилите и онлайн платформите, да се използват данните на юридическото лице, а не на физическото лице-



собственик. Това правило важи за всички акаунти: Google, Facebook, Shopify, PayPal, Stripe, 2Checkout и други. Само фактури, издадени на името на фирмата – юридическо лице, могат да бъдат признати за счетоводни разходи.

Също така, трябва да се има предвид, че бизнес акаунтите в PayPal, както и използваните сметки в платформи като Revolut, PaySera, TransferWise и др., подлежат на деклариране пред Българската народна банка (БНБ). Фирмите, които ги използват, са задължени да подават тримесечни отчети, в които се отразяват паричните потоци по тези сметки.

Една от особеностите на дропшипинга е, че търговецът не поддържа складова наличност, поради което няма да се налага физически годишни или периодични инвентаризации на стоката, няма разходи за съхранение, нито стока с изтекъл срок на годност. От счетоводна гледна точка, в баланса на дропшипинг предприятието, величината на материалните запаси е минимална или дори нулева. В идеалния случай, всяка покупка от доставчика веднага ще съответства на конкретна продажба.

Документите, които съпътстват процеса на продажбите при дропшипинга, са много важни за доказване на осъществените доставки и включват:

- Документ за клиентска поръчка (фактура/ордер) – в зависимост от използваната електронна платформа или уебсайт, като този документ обикновено се генерира автоматично. Той трябва да съдържа детайлна информация, включително: данни за клиента (име, адрес, при необходимост – ДДС номер), описание на стоката, количество, единична цена, стойност на доставката, начислени данъци и текущ статус на плащането.

- Доказателство за плащане – сумата по поръчката обичайно се заплаща чрез електронни платежни средства като PayPal, Stripe, банков превод или виртуален POS терминал. Данните за тези транзакции се съдържат в месечните извлечения от съответните платформи и служат като доказателство за получено плащане.

- Фактура или разписка от доставчик – при покупка на стока от страна на търговеца, доставчикът следва да издаде официален документ (invoice/receipt), който да удостоверява доставката. Плащането се извършва по един от изброените методи и е отразено в банковите или платформени извлечения.

- Тракинг номер и товарителница – един от най-съществените документи за доказване на реалната доставка пред данъчните органи е проследяващият номер. Той съдържа информация за движението на пратката – откъде е изпратена, къде е доставена, и дали е получена или останала непотърсена от клиента. Този документ трябва да се съхранява за всяка отделна продажба.

В резултат на законодателни промени се въведоха нови изисквания относно съхраняването на задължителната информация, свързана с дейността на онлайн търговците. В настоящия момент, при извършване на данъчна проверка от страна на компетентните органи, може да бъде изискан достъп до архивирани данни за период от поне 5 години назад, както и потребителско име и парола за административния панел на електронния магазин.

Това означава, че онлайн търговецът следва да съхранява и да е в състояние да предостави следната информация за посочения период:

- пълна хронология на всички поръчки, направени от клиенти през онлайн магазина;
- документи или други доказателства, че тези поръчки са били препратени към съответните доставчици в Китай;
- информация и потвърждения, че стоките са били реално транспортирани до крайните клиенти, както и че доставката е била получена и приета от тях.

Съхраняването на тази информация е от изключителна важност не само за целите на контрол от НАП, но и за поддържане на прозрачност и правна сигурност в рамките на електронната търговия.

5. Заключение

Дропшипинг моделът се утвърди като ефективен начин за развитие на онлайн търговия с минимален стартов капитал и гъвкава структура. Счетоводното отчитане осигурява ясна картина за рентабилността на операциите – колко остава като печалба след всички комисиони, данъци и такси. Данъчното облагане на дропшипинга се основава върху общите режими – начисляване на ДДС, облагане на печалбата с корпоративен данък, спазване на международните регулации. С въвеждането на OSS и IOSS в ЕС, законодателят значително облекчи административната тежест за малкия онлайн търговец, давайки му възможност да оперира легално на множество пазари чрез една-единствена регистрация.

Успешният дропшипинг бизнес се гради не само върху маркетинг и избор на продукт, но и върху здрава финансова и данъчна дисциплина. За българските дропшипъри основното предимство е ниската данъчна ставка от 10% върху печалбата, което им позволява да реинвестират повече в растеж. Данъчното планиране, от своя страна, гарантира, че бизнесът оперира законно и избягва тежки санкции или загуба на доверие. България предлага благоприятна среда за дропшипинг предприемачите при условие, че те се ориентират в сложната матрица от местни и международни разпоредби. С развитието на електронната търговия можем да очакваме още адаптации в нормативната уредба, насочени към балансиране между улесняване на бизнеса и осигуряване на дължимите приходи в бюджета.

Литература:

1. Илиев, П., Кашева, М., Сълова, Сн. (2011) Електронен бизнес, Варна: Унив. изд. Наука и икономика.
2. The Business Research Company. „Global Drop Shipping Market”. [Online]. Достъпно на: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/drop-shipping-global-market-report>.
3. Закон за данък върху добавената стойност (ЗДДС). Обн., ДВ бр. 63/2006 (посл. изм. ДВ бр. 26/2025).
4. Закон за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО). Обн., ДВ бр. 105/2006 (посл. изм. ДВ бр. 26/2025).
5. European Commission (2021). „VAT One Stop Shop (OSS) – Modernising VAT for cross-border e-commerce.” [Online]. Достъпно на: ec.europa.eu.
6. Ministry of Finance – Bulgaria (n.d.). „Corporation Tax.” Ministry of Finance Official Website. [Online]. Достъпно на: minfin.bg.