

TRANZACȚIILE ONLINE: ASPECTE CONTABILE ȘI FISCALE**ONLINE TRANSACTIONS: ACCOUNTING AND TAX ASPECTS****Autor: DĂNILĂ Daniela**

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova

danila.daniela@ase.md**Conducător științific: BAJAN Maia**

dr., conf univ., Academia de Studii Economice din Moldova

bajan.maia@ase.md

ORCID: 0000-0001-6903-8275

Abstract. This article examines the impact of e-commerce on accounting and taxation, focusing on the legal and fiscal challenges faced by businesses operating in the online environment. It analyzes electronic settlement tools, including payment services, with a focus on the Republic of Moldova's growing but underdeveloped online market. Using methods such as document analysis and synthesis, the study aims to provide both theoretical insights and practical solutions for accountants dealing with e-commerce transactions. The research highlights the importance of proper accounting methods for online transactions, offering guidance for accurate financial reporting in this evolving sector.

Cuvinte cheie: e-commerce, accounting, online transactions, document analysis.

JEL classification: M41

INTRODUCERE.

Odată cu procesul accelerat de digitalizare, comerțul online a devenit o opțiune tot mai frecvent utilizată de consumatori. Totodată, plățile pentru servicii guvernamentale, taxe academice și facturi pentru utilități pot fi efectuate prin intermediul platformelor electronice. Printre factorii determinanți ai preferinței pentru achizițiile online se numără eficiența și rapiditatea procesului, eliminarea necesității deplasării la punctele de vânzare, accesul la promoții și reduceri, posibilitatea consultării recenziilor și optimizarea mecanismelor de plată digitală. Conform Legii Nr.284 din 22-07-2004 [2] privind serviciile societății informaționale, Capitolul I, articolul 4, comerțul electronic a fost definit ca „activitatea de întreprinzător a persoanelor fizice și juridice de vânzare a bunurilor, executare a lucrărilor sau prestare a serviciilor, efectuată cu utilizarea comunicărilor electronice și/sau a contractelor electronice”.

CONȚINUT DE BAZĂ. În ultimii ani, sectorul comerțului online a înregistrat o expansiune semnificativă, oferind multiple beneficii atât pentru vânzători, cât și pentru consumatori, principalele avantaje asociate acestui domeniu fiind sintetizate în Tabelul 1.

Tabel 1. Avantajele comerțului electronic

Avantaje pentru comerciant	Avantaje pentru client
• Acces extins la piață și noi oportunități de vânzare; • Eficiență operațională și reducerea costurilor; • Automatizarea tranzacțiilor și minimizarea erorilor; • Îmbunătățirea relației cu clienții și creșterea competitivității.	• Disponibilitate și accesibilitate non-stop; • Comparare rapidă a ofertelor și transparență a prețurilor; • Acces extins la o gamă variată de produse și piețe globale; • Informații în timp real și experiență de cumpărare optimizată.

Elaborat de autor în baza [1]

În conformitate cu CAEM-2 [3], comerțul electronic reprezintă doar una dintre metodele de vânzare pentru entitățile de producție, care sunt clasificate în funcție de activitatea principală. Totuși, comerțul cu amănuntul desfășurat exclusiv sau predominant online se încadrează în clasa 47.91 "Comerț cu amănuntul prin intermediul caselor de comenzi sau prin Internet", din secțiunea G.

Pentru a iniția activitatea comercială, comerciantul trebuie să depună o notificare la autoritatea locală, fie fizic, fie online, conform Legii nr. 231/2010 [4]. Magazinele online sunt, de obicei, o extensie a unor afaceri fizice existente, însă dacă o persoană juridică sau fizică dorește să activeze exclusiv online, trebuie să se înregistreze conform Legii nr. 220/2007 [5], indicând codul CAEM 47.91. În plus, comercianții online au obligația de a respecta legislația privind protecția datelor cu caracter personal potrivit Legii nr. 133/2011 [6] și protecția consumatorilor conform Legii nr. 105/2003 [7]. Astfel, pe site-ul magazinului trebuie afișate informații juridice, date de contact și detalii privind înregistrarea ca operator de date personale.

Contabilitatea stocurilor se realizează cantitativ și valoric, fiind utilizate metode precum cea a costului de intrare sau a prețului de vânzare. Metoda prețului de vânzare este frecvent utilizată de magazinele fizice, iar metoda costului de intrare este preferată de magazinele online, care nu evidențiază separat adaosul comercial. Magazinele online pot să nu înregistreze achizițiile și vânzările în contabilitate, obținând venituri din comisioanele percepute de la furnizori. Conform articolului 44 din Codul Fiscal [9], metodele de evidență financiară aplicabile conform SNC sunt și pentru scopuri fiscale, iar evidența în cont extrabilanțier nu este recunoscută fiscal. Conform CAEM-2, comerțul electronic reprezintă orice tranzacție comercială prin care entitățile de producție vând bunuri și servicii prin mijloace electronice, precum Internetul, telefonul sau faxul, realizând astfel transferul de proprietate asupra acestora. Procesul de vânzare cuprinde trei etape, fiind prezentate în Figura 1.



Figura 1. Etapele procesului de vânzare în cadrul comerțului online

Elaborat de autor în baza [1]

Fiecare dintre acestea poate fi realizată exclusiv online.

Particularitățile comerțului electronic pot fi constatate în urma comparației cu comerțul tradițional în baza a trei criterii, care sunt evidențiate în Tabelul 2.

Tabel 2. Analiza comparativă dintre comerțul online și cel tradițional

Comerțul online	Criterii	Comerțul tradițional
permite cumpărături non-stop, eliminând constrângerile de timp și spațiu	Accesibilitate	este limitat geografic și temporal
oferă o gamă extinsă de produse și comparare rapidă a prețurilor	Diversitate a produselor	oferă un stoc limitat
asigură livrare la domiciliu și politici flexibile de retur	Livrare și retur	transportul și returul sunt mai costisitoare

Elaborat de autor în baza [11]

În ceea ce privește documentele utilizate, plata achizițiilor online poate fi efectuată prin mai multe modalități, inclusiv numerar sau carduri bancare. Documentele care atestă achitarea și livrarea sunt diverse, incluzând bonuri fiscal emise de echipamentele de casă și de control, facturi fiscale (în cazul în care sunt solicitate de cumpărător) și avize de însoțire a mărfurilor, care sunt opționale. Utilizatorii echipamentelor de control și casă au obligația de a le înregistra la Serviciul Fiscal de Stat, primind Cartela de înregistrare a echipamentului de casă și de control, potrivit Hotărârii de Guvern nr. 141 din 27-02-2019 [10]. Comerțul electronic implică și utilizarea comunicărilor și contractelor electronice, care sunt echivalente cu informațiile scrise și sunt reglementate de legislația civilă. După alegerea metodei de plată, cumpărătorul poate alege între diferite opțiuni de livrare, cum ar fi ridicarea produselor de la sediul vânzătorului sau livrarea prin curierat sau poștă. În cazul plății în numerar,

există două modalități principale de achitare: la sediul magazinului online sau la livrarea bunurilor prin curier. Contabilizarea vânzărilor online în numerar se face similar cu vânzările offline, prin înregistrarea sumelor încasate, inclusiv TVA, în conturile corespunzătoare, precum contul 832 "Încasări din vânzarea bunurilor în numerar". În cazul în care cumpărătorul solicită o factură fiscală, aceasta se poate emite folosind contul 221 "Creanțe comerciale". Pentru tranzacțiile prin card bancar, comercianții trebuie să utilizeze POS terminale și să aplice comisioane bancare, care sunt diferite în funcție de tipul de card și de tranzacție (națională sau internațională). În contabilitate, încasările din vânzările cu carduri bancare se înregistrează separat în conturile 8321 „Încasări din vânzarea bunurilor cu achitare în numerar” și 8322 „Încasări din vânzarea bunurilor cu achitare prin carduri”, iar la finalul perioadei se întocmesc ajustări contabile pentru TVA și comisioane bancare.

De asemenea, consumatorii au dreptul să returneze produsele cumpărate într-o perioadă de 14 zile calendaristice, iar acest lucru implică emiterea unei facturi de stornare pentru valoarea bunurilor returnate, inclusiv TVA. În cazul în care a fost emis un bon fiscal, acesta trebuie returnat și anulat. Pentru livrările de mărfuri prin curier, există mai multe opțiuni de contabilizare, în funcție de tipul curierului (intern sau extern). Dacă entitatea de comerț utilizează mijloace proprii de transport, se înregistrează costurile de întreținere a acestora, cum ar fi amortizarea, salariile personalului și cheltuielile de combustibil. Aceste cheltuieli sunt reflectate în contabilitate și repartizate în funcție de destinațiile de utilizare ale mijlocului de transport.

Concluzii. În concluzie, comerțul electronic reprezintă un factor esențial în modernizarea relațiilor comerciale și optimizarea proceselor de tranzacționare. Implementarea pe scară largă a instrumentelor e-commerce în Republica Moldova impulsionează dezvoltarea comerțului, însă necesită o adaptare continuă a cadrului legislativ și fiscal pentru a reflecta realitățile economice actuale. Integrarea corectă a platformelor de plăți electronice și gestionarea eficientă a încasărilor prin instrumente bancare sunt esențiale pentru o evidență contabilă precisă. De asemenea, utilizarea echipamentelor de casă devine irelevantă în comerțul online, contribuind la reducerea costurilor operaționale. Comerțul electronic promovează competitivitatea economică globală, reducând costurile și facilitând accesul la piețe internaționale, fiind esențial pentru dezvoltarea economiilor naționale.

Referințe bibliografice

1. GOMOI Bogdan Cosmin, *Contabilitatea și analiza operațiunilor de comerț electronic – între platformă și curier*, publicat în CECCAR BUSINESS REVIEW, ISSN 2668-8921, nr. 11 din 2021, pg. 17-25. Disponibil: dx.doi.org/10.37945/cbr.2021.11.03;
2. Legea Nr. 284 din 22-07-2004 privind serviciile societății informaționale. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=136394&lang=ro#;
3. Clasificatorul activităților din economia Moldovei. Disponibil: https://midr.gov.md/files/shares/Clasificatorul_activitatilor_CAEM_2_rom.pdf;
4. Legea Nr. 231 din 23-09-2010 cu privire la comerțul interior. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=121976&lang=ro#;
5. Legea Nr. 220 din 19-10-2007 privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=131041&lang=ro#;
6. Legea Nr. 133 din 08-07-2011 privind protecția datelor cu caracter personal. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=143076&lang=ro#;
7. Legea Nr. 105 din 13-03-2003 privind protecția consumatorilor. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=144442&lang=ro#;
8. Ordinul Nr. 118 din 06-08-2013 privind aprobarea Standardelor Naționale de Contabilitate, „SNC Stocuri”. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=131868&lang=ro#;
9. Codul Nr. 1163 din 24-04-1997 Cod fiscal al Republicii Moldova. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146721&lang=ro#;
10. Hotărârea Nr. 141 din 27-02-2019 cu privire la aplicarea echipamentelor de casă și de control la efectuarea decontărilor. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=112858&lang=ro#;
11. CADUC Sabrina, *Comerțul electronic: aspecte contabile și fiscale*, publicat în ISSC 2023, PROSPECTS OF ACCOUNTING DEVELOPMENT: THE YOUNG RESEARCHER'S VIEW, pg. 330-335. Disponibil: <https://irek.ase.md/xmlui/handle/123456789/2708>.