

2022

РУКОВОДСТВО – СБОРНИК
ВОПРОСОВ И ОТВЕТОВ ПО
ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ



Настоящий сборник подготовлен Национальной ассоциации малого и среднего бизнеса Республики Таджикистан, при финансовой поддержке «Проекта **USAID** по развитию предпринимательства и бизнес среды» в рамках реализации проекта **E-ComSys** – «ВНЕДРЕНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ЭКОСИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ТАДЖИКИСТАНЕ».

Сборник составлен экспертами Национальной ассоциации малого и среднего бизнеса Республики Таджикистан - кандидатом юридических наук, доцентом Бахриддинзода Субхиддин Эсо и Сертифицированным бухгалтером практиком (CAP) Самиджаном Насирджановым

Национальная ассоциация малого и среднего бизнеса Республики Таджикистан выражает особую благодарность ЗАО «**Babilon-M**» за консультации при составлении настоящего сборника.



1. Что такое электронная коммерция?

Электронная коммерция – это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

2. На каких основных технологиях строится электронная коммерция?

Электронная коммерция строится на трех основных технологиях:

- - возможность поставщику разместить в сети Интернет информацию о своих товарах или услугах и принимать заказы на них электронным путем;
- - возможность покупателю получить доступ к электронным каталогам компаний-поставщиков и заказывать товары или услуги онлайн;
- - система электронных платежей.

3. В настоящее время какие основные формы электронной коммерции существуют?

В настоящее время существуют следующие основные формы электронной коммерции: интернет-магазин, онлайн-сервис, система электронных торгов и торговая площадка.



4. Какие особенности, преимущества и возможностей представляет модель электронной коммерции?

Модель электронной коммерции имеет особенности и преимущества, а также представляет ряд возможностей. Так, бизнес-модель электронной коммерции позволяет реализовать на сайте следующие возможности:

- - оформление заказов по представленному набору товаров и услуг;
- - хранение оформленных заказов в единой базе данных на сервере организации;
- - связь системы электронной коммерции с внутренней системой учета и делопроизводства;
- - поддержка одного из видов регистрации покупателей: самостоятельная без подтверждения, самостоятельная с подтверждением, административная после оформления заказа;
- - поддержка удаленного администрирования, технической и клиентской поддержки; обработка заказов; проведение электронных и банковских платежей.

5. Какова связь веб-сервисов с электронной коммерции?

Наиболее динамично рынок электронной коммерции развивается в течение последних двух десятилетий, что обусловлено стремительным ростом количества интернет-пользователей, динамичным развитием систем электронных расчетов, и непосредственное развитие самих веб-сервисов, работающих в сфере электронной коммерции.

6. Что является технической основой электронной коммерции?

Технической основой электронной коммерции, является организация работы веб-сервиса.

7. В каком виде системы электронной коммерции представляются пользователям?

Непосредственно пользователям, системы электронной коммерции представляются в виде веб-сайтов. Веб-сайт представляет собой совокупность электронных документов, каждый из которых представляет отдельную страницу или файл на сайте, объединенных под одним адресом, т.е. доменным именем и IP-адресом.

8. На какие возможности сосредоточены деятельность компании, внедрившие в свою работу системы электронной коммерции?

Основные возможности, которые получают компании, внедрившие в свою работу системы электронной коммерции, сосредоточены в области рекламы, информировании о товаре, выписке счетов, проведении электронных и банковских платежей, оформление доставки, проведение консультаций и т.д.



9. Как можно дифференцировать предприятия электронной коммерции по тому, кому они продают свою продукцию?

Предприятия электронной коммерции можно дифференцировать по тому, кому они продают свою продукцию. Хотя принято считать, что все товары продаются потребителям, это не всегда так. Иногда «потребителем» может быть другой бизнес.

10. На какие категории подразделяются предприятия электронной коммерции, продающие свои продукты или услуги?

Существуют три основные категории, которым предприятия электронной коммерции продают свои продукты или услуги. Как правило их обозначают следующими аббревиатурами: B2B, B2C и B2G.

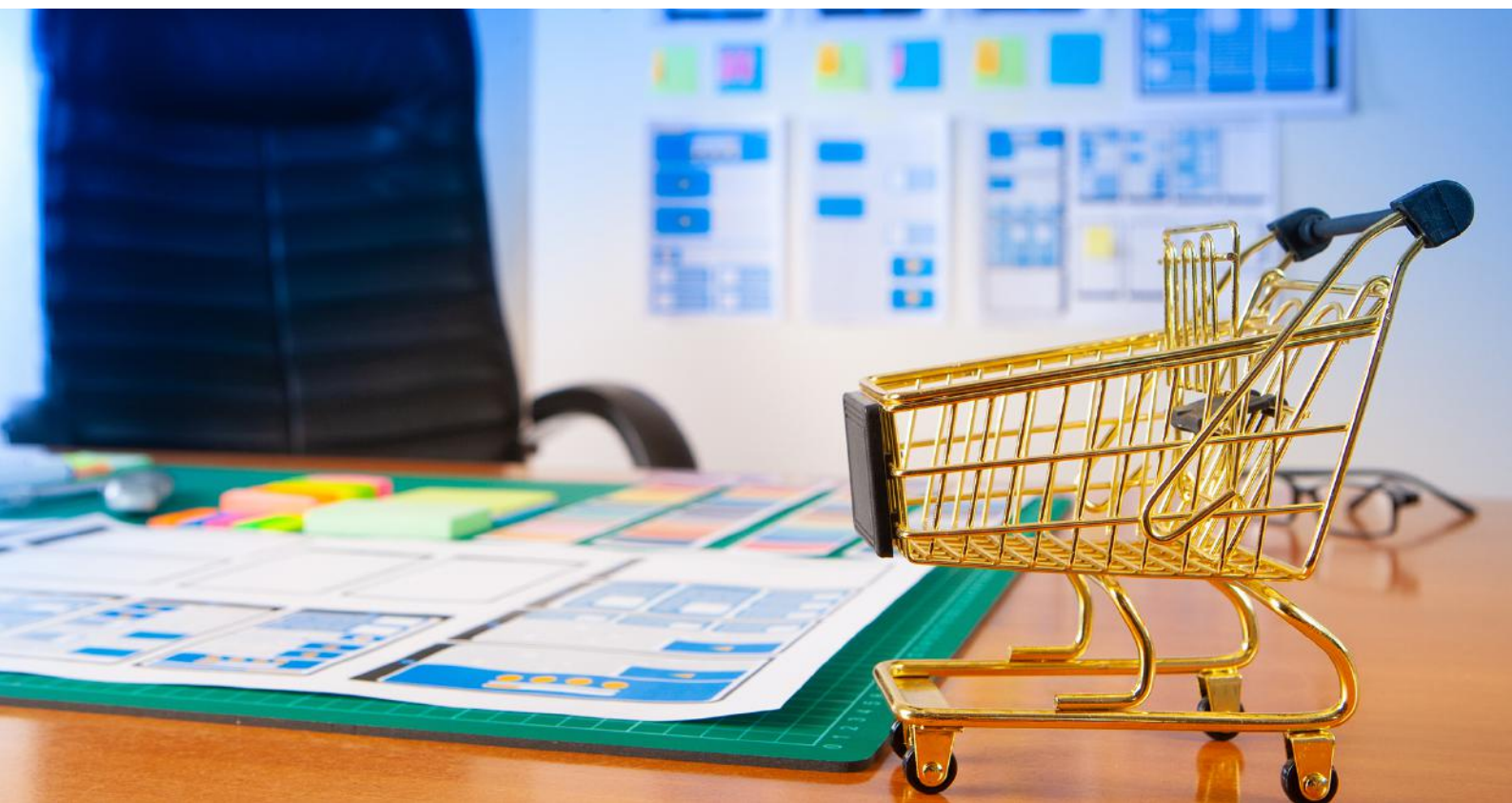


11. Как расшифровываются аббревиатуры B2B, B2C и B2G?

- - **B2B** (расшифровывается как **Business-to-Business**). Под эту категорию подпадают предприятия электронной коммерции, которые продают физические или цифровые продукты, или услуги другим предприятиям.
- - **B2C** (расшифровывается как **Business-to-Consumer**). Под эту категорию подпадают предприятия электронной коммерции, которые продают физические или цифровые продукты, или услуги потребителям. Сюда входят розничные торговцы или розничные торговцы электронной коммерцией, которые продают продукты конечному потребителю.
- - **B2G** (расшифровывается как **Business-to-Government**). Под эту категорию подпадают предприятия электронной коммерции, которые продают физические или цифровые продукты, (или) услуги, государственным учреждениям или агентствам.

12. Что подразумевает под себя термин «Онлайн-сервисы»?

Онлайн сервисы – это сайты, которые предоставляют всевозможные услуги, что значительно облегчает работу и позволяет существенно экономить время. При помощи таких сайтов в Интернете можно делать что угодно: проводить денежные операции, общаться, искать, хранить, редактировать, пересылать и публиковать информацию, и многое другое.



13. В зависимости от их тематики и назначения на какие виды делятся онлайн сервисы?

Невзирая на все разнообразие сайтов и услуг, которые они оказывают, онлайн сервисы можно разделить на следующие основные группы:

- - Информационно-поисковые. Данные ресурсы предназначены для поиска необходимой информации. К ним относятся не только поисковые базы, но и онлайн-библиотеки с книгами, музыкой или фильмами, различные каталоги и справочники, а также онлайн-переводчики;
- - Социальные. К этой группе относятся всевозможные социальные сети, онлайн-коммуникаторы, а также электронные почтовые службы. При помощи таких сервисов можно не только общаться с людьми, вне зависимости от их дислокации, но и вести деловую переписку, пересылать файлы и многое другое;
- - Сервисы покупок. Данные ресурсы предназначены для приобретения вещей или заказа услуг. К этой категории относятся не только онлайн-магазины, но и сервисы по заказу и бронированию билетов (начиная от театральных и заканчивая железнодорожными), гостиниц и многого другого;
- - Банковские сервисы. При помощи таких ресурсов можно оплатить покупку или услугу, к примеру, заказ в интернет-магазине, или даже заплатить за коммунальные услуги, без необходимости личного посещения банка;
- - Дорожные сервисы дают возможность быстро проложить маршрут вне зависимости от способа передвижения, оценить транспортную загруженность на дорогах, получить информацию о длительности поездки и тому подобное.

14. Производится ли оплата за онлайн сервисы?

Не всегда, так как онлайн сервисы бывают платными и бесплатными:

- - На платной основе, после прохождения процедуры регистрации и оплаты подписки, пользователь получает доступ к услугам, который данный сервис предоставляет. Это может быть, как доступ к просмотру фильмов онлайн в высоком качестве, возможность загрузки книг и многое другое.
- - Бесплатные ресурсы предлагают свои услуги безвозмездно и часто даже не требуют прохождения процедуры регистрации. Однако, и качество этих услуг, зачастую, гораздо ниже, чем в платных сервисах.

15. При разработке онлайн сервиса на что нужно обратить основное внимание?

При разработке онлайн сервиса основное внимание уделяется его интерфейсу, поскольку он должен быть интуитивно понятным пользователям, а также быстро загружаться с любых устройств. К примеру, дорожными сервисами пользователи часто пользуются уже находясь в пути и загружают их на смартфонах или планшетах.



16. Можно ли самостоятельно организовать онлайн сервисы?

Онлайн сервисы могут являться как вполне самостоятельными единицами, так и дополнять основной сайт компании. К примеру, на корпоративном сайте можно разместить страницу с онлайн-сервисом по заказу услуги или покупке продукции, которую предлагает данная компания

17. Что такое интернет-магазин?

Существует несколько понятий интернет-магазина, в том числе:

- - Интернет-магазин (англ. **online shop** или **e-shop**) - специализированный вид бизнеса, основанный на дистанционном обслуживании и дающий возможность продавцу и покупателю совершать сделки по покупке-продаже того или иного вида товаров посредством сети Интернет.
- - Интернет - магазин — это интерактивный веб-сайт, рекламирующий товар или услугу, принимающий заказы на покупку, предлагающий пользователю выбор варианта расчета, способа получения заказа и выписывающий счет на оплату.
- - Интернет-магазин — представляет совокупность программ, работающих на **Web**-сайте, которые позволяют покупателю дистанционно выбрать товар из каталога и оформить его заказ.
- - Интернет-магазин – форма электронной коммерции, которая позволяет потребителям покупать товары или услуги с помощью веб-браузера.

Продажа собственных товаров и услуг через интернет – основной способ коммерческого использования сайтов для большинства производственных и торговых предприятий. Компания создает сайт и размещает на нем информацию о своих товарах и услугах, ценах и гарантиях для покупателей.

18. Как открыть интернет-магазин?

При необходимости в открытие интернет-магазина следует позаботиться о его структуре и о создании навигационного меню. Меню является важным инструментом в информировании о целях и направленности магазина.

19. Какова техническая сторона запуска интернет-магазина?

Процесс запуска интернет-магазина включает в себя продвижение, классификацию товара, повышение заинтересованности клиентов и настройка обработки заказов.

20. Какие шаги нужно сделать, для того чтобы открыть интернет-магазин с нуля?

Для открытия интернет-магазина с нуля необходимо:

- - выбрать товар, который предлагается на продажу;
- - выбрать бизнес модель;
- - выбрать доменное имя;
- - выбрать конструктор сайтов электронной коммерции;
- - настроить платежный шлюз и защитить сайт от взлома.



21. На какие виды можно классифицировать интернет-магазин?

Интернет-магазины можно классифицировать по следующим видам:

- - по модели бизнеса;
- - по объемам продаж;
- - по видам продаж;
- - по способам получения дохода;
- - по товарному ассортименту;
- - по отношению с поставщиками;
- - по представляемым товарам в каталоге модели бизнеса бывают:
 - - только онлайн без физической торговой точки;
 - - совмещение офлайн бизнеса с онлайн продажами (когда интернет-магазин был создан на основе уже действующей реальной торговой структуры). Этот вид интернет-магазина характеризуются отличительными чертами классического бизнеса: склад, купленные партии товара, сотрудники, бухгалтер, юрист и т. д.;
- - на аутсорсинге. При этом виде интернет-магазина вы сами непосредственно не занимаетесь приемом, доставкой, хранением и комплектацией заказов, а передаете на аутсорс сторонней компании, решая лишь организационные бизнес вопросы. Такая модель освобождает массу времени и в то же время, позволяет получать довольно значимую прибыль (около 70% от фактической выручки интернет-магазина);
- - продажа по системе дропшипинг (когда товара нет, а сайт магазина «продает» продукцию поставщиков, отправляя заказчику готовые заказы или покупая у него от имени своего покупателя).
- По объемам продаж:
 - - розничная продажа (продажи на одного клиента идут в небольших объемах, зачастую по одной единице товара);
 - - оптовая продажа (продажи идут в больших объемах, зачастую клиент является постоянным, что говорит о систематичности покупок).

По видам продаж: **B2B** и **B2C**.

По способам получения дохода:

- - продажа через сайт товаров и услуг от производителя или официального представителя. Продажа собственных товаров и услуг через Интернет – основной способ коммерческого использования сайтов для большинства производственных и торговых предприятий. Компания создает сайт и размещает на нем информацию о своих товарах и услугах, ценах и гарантиях для покупателей;
- - продажа товаров и услуг по партнерской программе (аффилиатские сети). Основная идея партнерских программ – это участие в чужих продажах. Суть подобных программ состоит в том, что продавец («владелец») согласен разделить часть дохода от продажи товаров или услуг с владельцем того сайта (партнером, или аффилиатом), который прислал ему покупателя;
- - продажа информации (контента). Для продажи информации уже нет необходимости в затратах на бумагу, тиражи, точки продаж. Любая веб-страница может быть доступна миллионам пользователей из всех стран мира. Основным способом реализации этого вида интернет-магазина – платные электронные рассылки и сайты с платным доступом. Оплата за информацию происходит таким же образом – онлайн, как и при оплате материальных товаров в стандартном интернет-магазине.
- Виды интернет-магазинов по товарному ассортименту: книги, аудио и видеокассеты, **CD**, **DVD**, компьютерная и бытовая техника, мобильные телефоны, мебель, одежда, обувь, часы и другие товары.

По отношению с поставщиками:

- - имеют собственный склад (наличие реальных товарных запасов);
- - работают по договорам с поставщиками (отсутствие значительных собственных запасов).

Виды интернет-магазинов по представляемым товарам в каталоге:

- - интернет-витрины;
- - интернет-магазины;
- - онлайн-аукционы.

Каждый из видов интернет-магазина включает в себя несколько групп, достаточно чётко определяющих смысл существования магазина и его аудиторию.

Интернет-витрина – скорее это рекламный сервер. На витрине выкладывают информацию о товарах, которую постоянно обновляют. Затраты на ее создание и администрирование могут быть довольно низкими, а практическая польза такой витрины очевидна. Но это еще не торговля. Потенциальный покупатель, посетив витрину, должен позвонить на фирму, оплатить товар, договориться о доставке. Поэтому интернет-витрина оправдана в тех случаях, когда покупателя надо познакомить со сложной продукцией, на изучение которой в торговом зале у него уйдет слишком много времени.

Интернет-витрина может быть размещена где угодно - на собственном сервере, на сервере провайдера, на сервере, предоставляющем бесплатные страницы. Для работы с витриной достаточно иметь подключение через телефонную линию и минимум навыков работы с HTML.

Каталог интернет-магазина будет содержать многоуровневое логическое дерево разделов и подразделов, внутри которых будут находиться списки с карточками товаров. Он должен быть хорошо структурированным и очень логичным, чтобы в разнообразии товаров посетители нашли то, что им действительно нужно. Конечной точкой перемещения по каталогу должна стать карточка товара, содержащая его описание, признак наличия в продаже и цену. Список в каталоге сортируется по признаку наличия товара на складе. Актуальные товары находятся в начале списка, снятые с продажи – в конце.

Онлайн-аукцион, или интернет-аукцион – это аукцион, проводящийся посредством сети Интернет. Он является видом интернет-магазина, так как имеет в своем функционале прием онлайн-платежей. Момент окончания интернет-аукциона заранее назначается самим продавцом при постановке товара на торги. По окончании интернет-аукциона покупатель должен перевести деньги продавцу по безналичному расчёту (реже – наличными, например – при получении товара лично), а продавец обязан выслать товар покупателю по почте, нередко в любую точку страны проведения или всего мира. Границы возможной пересылки товара указываются самим продавцом заранее.



22. Какие преимущества у интернет-магазина?

Интернет-магазин обладает рядом преимуществ по сравнению с обычными магазинами, такие как:

- - интернет-магазин работает **24** часа в сутки, **365** дней в году, без перерыва на обед, без выходных и праздничных дней;
- - необязательно иметь в наличии товар. Но в этом случае обязательно иметь сеть поставщиков, работающих по принципу «точно вовремя». Это гарантирует доставку товара в заранее оговоренные минимальные сроки;
- - не нужно помещение для продаж. Витрины, стеллажи, прилавки, квадратные метры и арендная плата – на всем этом можно существенно сэкономить. На чем сэкономить нельзя – так это на качественно выполненном дизайне сайта для интернет-магазина, поскольку именно внешний вид веб-страниц будет заменять покупателям и стеллажи, и витрины;
- - срок и стоимость создания интернет-магазина несоизмеримо ниже, чем обычного магазина;
- - свобода передвижений продавца. Поскольку интернет-магазин – это точка продаж в виртуальном пространстве, вы можете управлять им из любого уголка земного шара, где есть доступ в Интернет;
- - с интернет-магазином вы получаете возможность расширить географию своего бизнеса вплоть до мировых рынков. С оговоркой, что содержание сайта будет понятно даже иностранцам;
- - можно не нанимать продавцов, администраторов, менеджеров, товароведов, кассиров, охранников и еще кого бы то ни было. Профессионально грамотно созданный интернет-магазин может работать полностью автономно. Практически без обслуживания;
- - интернет-магазин дает вам возможность самим распределять свое рабочее время. Вы можете тратить на его обслуживание столько часов в сутки, сколько захотите – один, два, а то и все двадцать четыре. И когда хотите – ночью, днем, утром, вечером;
- - для создания интернет-магазина не требуется получения многочисленных разрешений и лицензий. Его не проверяет пожарный инспектор, санэпидстанция и другие службы.

23. Какие риски могут иметь место при работе с интернет-магазином?

При ведении торговли через интернет-магазин есть и существенные риски, такие как:

- - атака хакеров. В «лучшем» – внесут путаницу в данные о заказах, отправках, расчетах, и Вам будет необходимо объясняться со всеми своими клиентами на предмет «Извините, это наша ошибка». В худшем случае у Вас могут украсть базу данных с номерами кредитных карт клиентов, а Вы погрязнете в судебных разбирательствах. Однако в Интернете есть средства, обеспечивающие безопасность электронной торговли, поэтому имеется возможность интегрировать в интернет-магазин новейшие защитные разработки;
- - «Баги». Это ошибки в программном обеспечении, сделанные самими разработчиками. Ошибки есть всегда. В любом программном обеспечении для Интернет-торговли. Это может привести к тому, что в определенный момент, при определенных условиях Ваш магазин начинает «глючить» или вообще «откажется» работать. Проблему с багами помогает решить четко функционирующая служба технической поддержки при компании-разработчике. Техническая поддержка – это гарантия того, что в случае обнаружения ошибки к Вам на помощь придут высококвалифицированные специалисты. Если таковой не имеется – подумайте семь раз прежде, чем приобретать интернет-магазин у этого производителя;
- - покупка «кота в мешке». Покупая интернет-магазин, вы никогда сразу не поймете владельцем какого «добра» отныне Вы являетесь. Поэтому насторожитесь, если компания-разработчик отказывается предложить вам совершенно бесплатно в течение некоторого времени попользоваться своим продуктом. Или, в крайнем случае, не гарантирует возврата Ваших денег – опять же в течение определенного времени. Бесплатное тестовое использование и гарантия возврата денег – это не рекламный ход, это возможность «примерить» программное обеспечение на свой бизнес;

- - клиенты легко приходят и уходят. К счастью, в интернет-магазине не надо «идти» – важно знать адрес. Но, к сожалению, чтобы его покинуть, также достаточно одного щелчка «мышью». Все, чем Вы можете привлечь клиентов на свой сайт – это оригинальный дизайн, выгодные предложения, хорошие тексты-описания товаров. Никаких эмоций, никакого общения, никаких старых знакомых клиентов. И никакой быстрой реакции на ситуацию. Однако и эта проблема в последнее время становится разрешимой. Появляется такое программное обеспечение, которое позволяет буквально отслеживать посетителей вашего сайта – по полу, возрасту, профессии, месту жительства и т. п., а также добавляется интерактивность: вы можете с ними общаться! Профессиональные разработчики интернет-магазинов предусматривают возможность встраивать в свои продукты подобные программы либо производят их сами.

24. Каково основное отличие онлайн сервиса от интернет-магазина, если они выступают как разновидности основных форм электронной коммерции?

Основное отличие онлайн сервиса от интернет-магазина заключается в предмете деятельности, которым является оказание каких-либо услуг в режиме **on-line**. Такая форма используется на рынках **B2C** и **B2B**.



25. Что нужно знать о системе электронных торгов?

При использовании системы электронных торгов целесообразно вооружаться рядом информации, в том числе:

- - процесс осуществления сделок по купле-продаже между компаниями является неотъемлемой частью отношений в бизнес среде. Следовательно, различными законами и нормативно-правовыми актами, действующими на определенной территории, расписан порядок проведения тех или иных форм закупочных процедур. Из них наиболее выгодным и прозрачным, с точки зрения заказчика, является проведение открытого аукциона, проводимого в электронной форме.

Преимущества открытого электронного аукциона заключаются в том, что подать заявку на участие в нем может любая компания, не включенная в реестр недобросовестных поставщиков. Определение победителя происходит по ценовому критерию. Закрытость информации об аукционистах до момента окончания проведения торга. Возможность требования обеспечения заявки исключит риск допуска к аукциону демпинговых компаний. Отсутствие территориальных барьеров участия. Отсутствие ограничений по цене или условиям заказа. Полное соблюдение пунктов регламента проведения торгов обеспечивается за счет автоматизации большинства процессов, проводимых при закупке. Для государственных заказчиков отсутствует необходимость создания аукциона на площадке, так как данные об электронных торгах автоматически интегрируются с Официальным сайтом.

Проведение закупок в электронной форме осуществляется при помощи функционала системы электронных торгов. Электронных площадок, функционирующих в сфере размещения заказа, на данный момент, огромное количество, их выбирают. Например, в Российской Федерации их очень много, но только пять из них были выбраны Федеральной антимонопольной службой и Министерством экономического развития РФ в качестве национальных операторов, аккредитованных для размещения государственного заказа;

- - желательно выделить отличительные особенности системы электронных торгов. В чем они заключаются?

- - Отличительной особенностью электронных торгов от всех остальных способов размещения заказа является то, что подача сведений о намерении участия и ценовые предложения осуществляются участниками тендера непосредственно из офиса, что исключает необходимость собственноручно привозить в компанию заказчика конверты с заявками и сопроводительную документацию, проводить встречи между уполномоченными лицами для подписания договоров. Все эти действия производятся посредством подключения к системам электронных торгов с использованием глобальной сети интернет.
- Значимость электронного документооборота приобретается при использовании криптографического средства защиты информации - ключа электронно-цифровой подписи, который заблаговременно приобретается всеми участниками товарно-денежных отношений в аккредитованных удостоверяющих центрах.
- Система электронных торгов представляет собой новый, технически сложный инструмент, правильному использованию которого необходимо учиться. Неквалифицированным специалистам грамотно проводить закупки крайне затруднительно. С целью решить эту проблему, торговые площадки проводят выездные семинары, организуют удаленное интернет обучение (вебинары), ознакомительные презентации, размещают в справочных разделах своих площадок пошаговые инструкции пользователя.



26. Что из себя представляет торговая площадка как форма электронной коммерции?

Электронная торговая площадка (ЭТП) - ресурс, на котором проводятся открытые аукционы в электронной форме. Торговая площадка как форма электронной коммерции подразумевает наличие каталогов продукции, услуг, работ, которые представлены для клиентов и заказчиков в режиме поддержания актуальности данных. Отличительные особенности: множественность участников которые могут выступать и в качестве заказчиков и покупателей, и в качестве поставщиков и продавцов; наличие дополнительных сервисов, таких как реклама, организация доставки и другие. Данная форма ориентирована преимущественно на рынки **B2B**, но и в сегменте **B2C**.

27. Что может выступить в качестве пропуска на электронную торговую площадку?

Электронная цифровая подпись является пропуском на электронную торговую площадку.

28. Что такое маркетплейс?

Маркетплейс (торговая площадка) — это онлайн-платформа для продажи и покупки товаров и услуг через интернет. Продавцы размещают на маркетплейсах свои товары, покупатели выбирают лучшие варианты по ценам, характеристикам и другим параметрам. Сами маркетплейсы ничего не продают.



29. Какие задачи решаются посредством маркетплейса?

Задачами маркетплейса являются:

- - обеспечивать продвижение товаров;
- - привлекать трафик;
- - делать сайт и поиск товаров удобными;
- - увеличивать продажи селлеров (партнеров).

30. Как работают маркетплейсы?

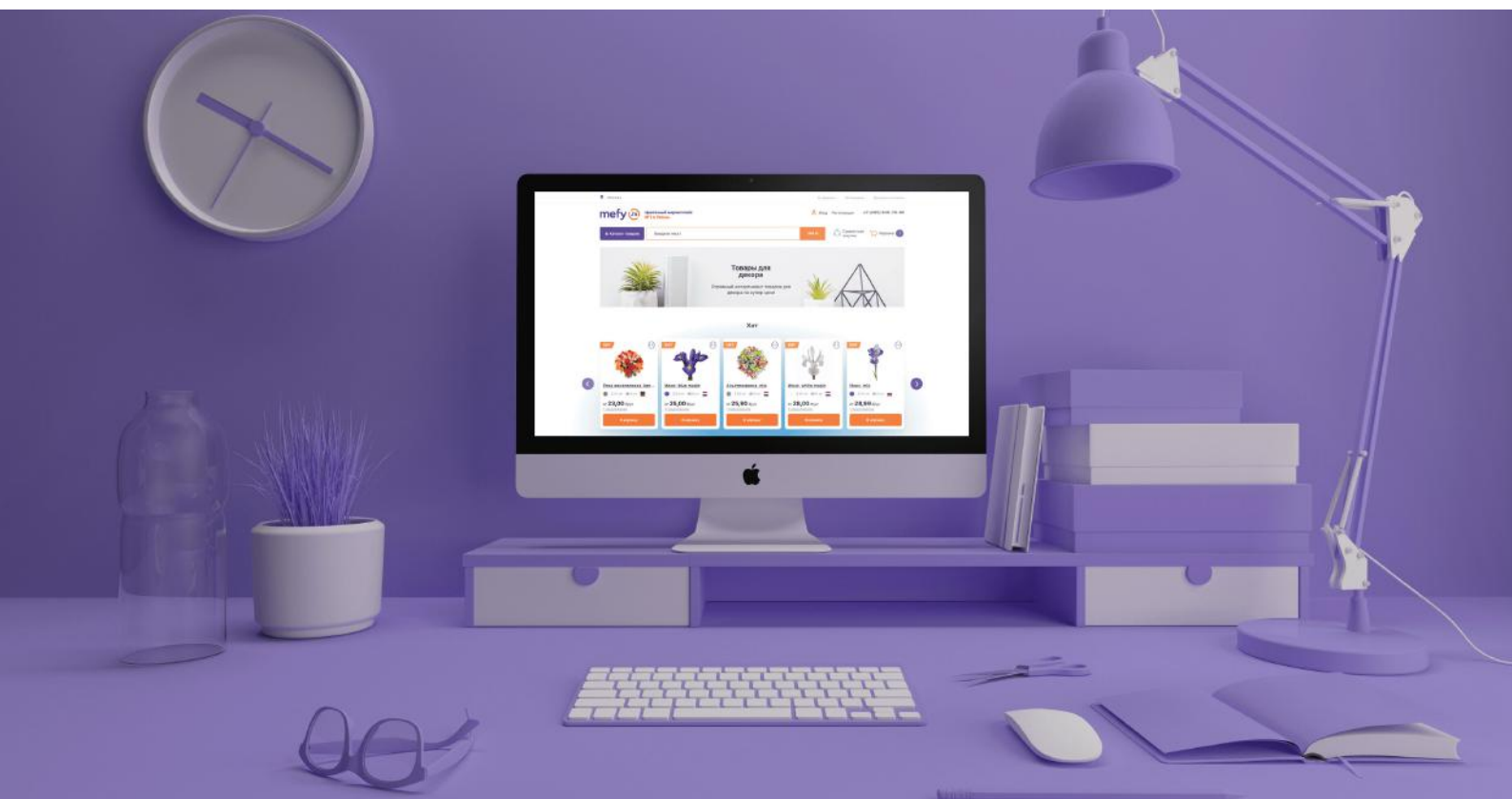
На каждой площадке свои нюансы, но в целом принцип работы маркетплейса выглядит следующим образом:

Продавец регистрируется на маркетплейсе; делает карточки товара в личном кабинете с фото и описанием; привозит партии товаров на склад маркетплейса или размещает на собственном складе.

Покупатель ищет товары, делает выбор и совершает покупку.

Товар отправляется покупателю.

Маркетплейс переводит продавцу деньги.



31. Чем отличается маркетплейс от интернет-магазина?

Самое главное отличие состоит в том, что интернет-магазин всегда представляет собственный бизнес и занимается его развитием. Даже если он достаточно крупный, с сотней брендов и богатым ассортиментом — например, магазин техники и электроники «Эльдорадо» или детский магазин «Акушерство.ру» и т. п. — этот бизнес сам себе хозяин.

Маркетплейс же не ориентирован на конкретную компанию, он заинтересован в продажах в целом и выступает посредником между продавцом и покупателем.

Чтобы эта экосистема работала как часы, маркетплейсы диктуют собственные условия, которые должны выполнять обе стороны. Например, для продавцов это требования к упаковке, карточкам товаров, обязательные комиссии. Для покупателей все проще, достаточно оплатить товар и доставку.

32. Что такое «Суперапп (SuperApp)»?

Суперапп (SuperApp) – новый тип приложений с расширенным набором функций. Теперь он включает в себя возможности онлайн-банкинга, лайфстайл-сервисов, маркетплейса, интегрированного голосового помощника, получения персонализированных услуг. Все то, что раньше было разведено по разным приложениям, теперь будет сконцентрировано в одном. По задумке, пользователю не нужно переключаться между онлайн-банком, приложением для вызова такси и приложением для бронирования мест в ресторане. В одном супераппе уже будут существовать эти функции, достаточно переключаться внутри вкладок приложения. В Р.Т. это еще стартовый проект. Для примера: **MyBabilon** служит как суперапп, более **237000** тысяч активных пользователей в месяц.

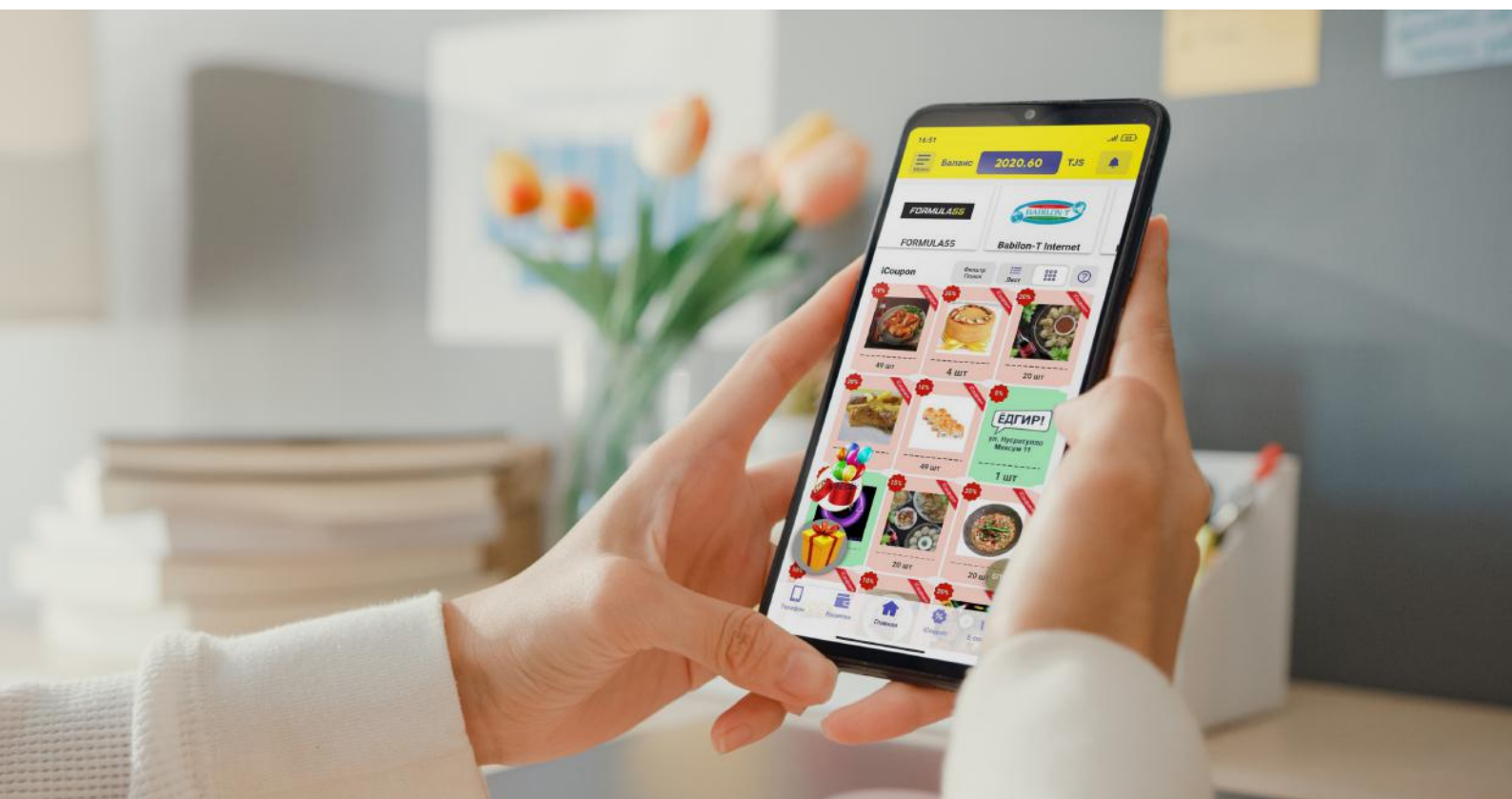
33. Зачем нужен Суперапп?

Иметь одно приложение для всех сфер жизни удобно, и это позволяет экономить за счет скидок, кешбэка и уникальных предложений. Суперапп не просто совмещает все в одном, он подстраивается под пользователя. Имея доступ к персональным данным клиента (платежи, покупки, сферы интересов), приложение будет оптимизироваться для его нужд. Если пользователь часто заказывает такси, эта функция станет легкодоступной. Если пользователь не покупает билеты в театр или кино, эта функция, наоборот, будет скрыта. Такой персонализированный интерфейс сделает суперапп максимально удобным, позволяя экономить время.

34. Что такое QR и какую информацию может содержать QR-код?

QR-коды используются во множестве отраслей как для хранения данных (ссылки на сайты, номера телефонов или тексты), так и для предоставления доступа к Wi-Fi, отправки и получения платежной информации и прочих целей.

QR-коды применяются и для других целей, а именно для прямых ссылок скачивания приложений из **Apple Store** или **Google Play**, а также для онлайн-верификации учетных записей и данных.



35. Как сканировать QR-код с помощью современных мобильных устройств/гаджетов?

Большинство смартфонов выпускаются со встроенным сканером QR-кода. У некоторых смартфонов последних моделей, таких как Google Pixel или iPhone, QR-сканер встроен в камеру.

Этой функцией обладают и некоторые планшеты, например, iPad. Для более старых моделей может потребоваться специальное приложение для считывания QR-кодов – таких предостаточно в Apple Store и Google Play.

Прочитать QR-код с помощью мобильного устройства очень просто: Откройте на своем устройстве сканер QR-кодов или просто включите камеру (если она поддерживает чтение таких кодов).

Наведите камеру на QR-код. Он должен распознаваться под любым углом.

Расшифрованная информация (например, контактные данные) мгновенно появится на экране.

36. Что такое электронный кошелек?

Электронный кошелек – это программный комплекс, позволяющий хранить электронные деньги и производить с их помощью безналичные операции.

Электронный кошелек является аналогом банковского счета.



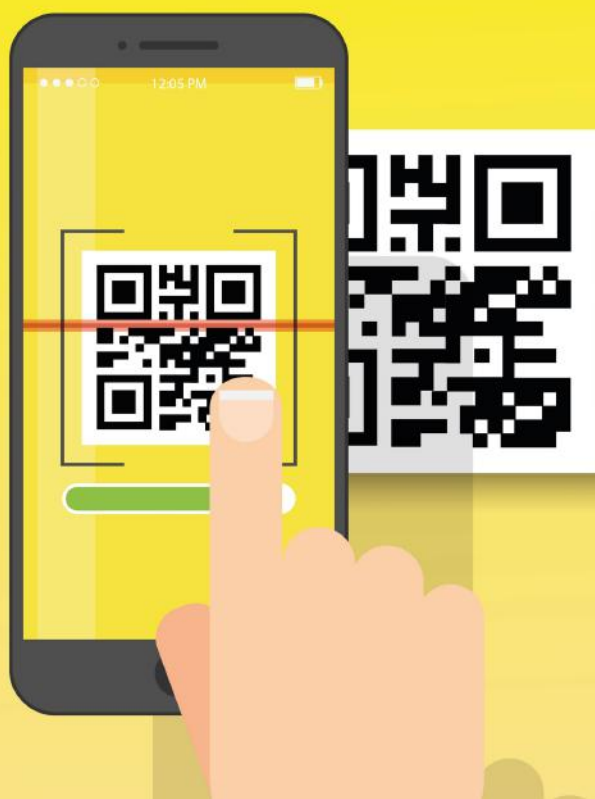
37. Каким образом создается электронный кошелек?

Сначала изучите условия использования определенного кошелька, который есть на рынке, все условия указываются в оферте, которую предоставляет финансовая организация. В оферте прописаны правила и тарифы на переводы электронных денег. выясните, какими способами и с какими комиссиями можно пополнять кошелек и снимать с него наличные. После подтверждения оферты, в систему финансовой организации передается Ваш номер. По Вашему номеру открывается не идентифицированный технический счет. С помощью данного счета можете производить безналичные оплаты по условиям не идентифицированного пользователя.

38. На какие виды делятся электронные кошельки?

Электронные кошельки бывают:

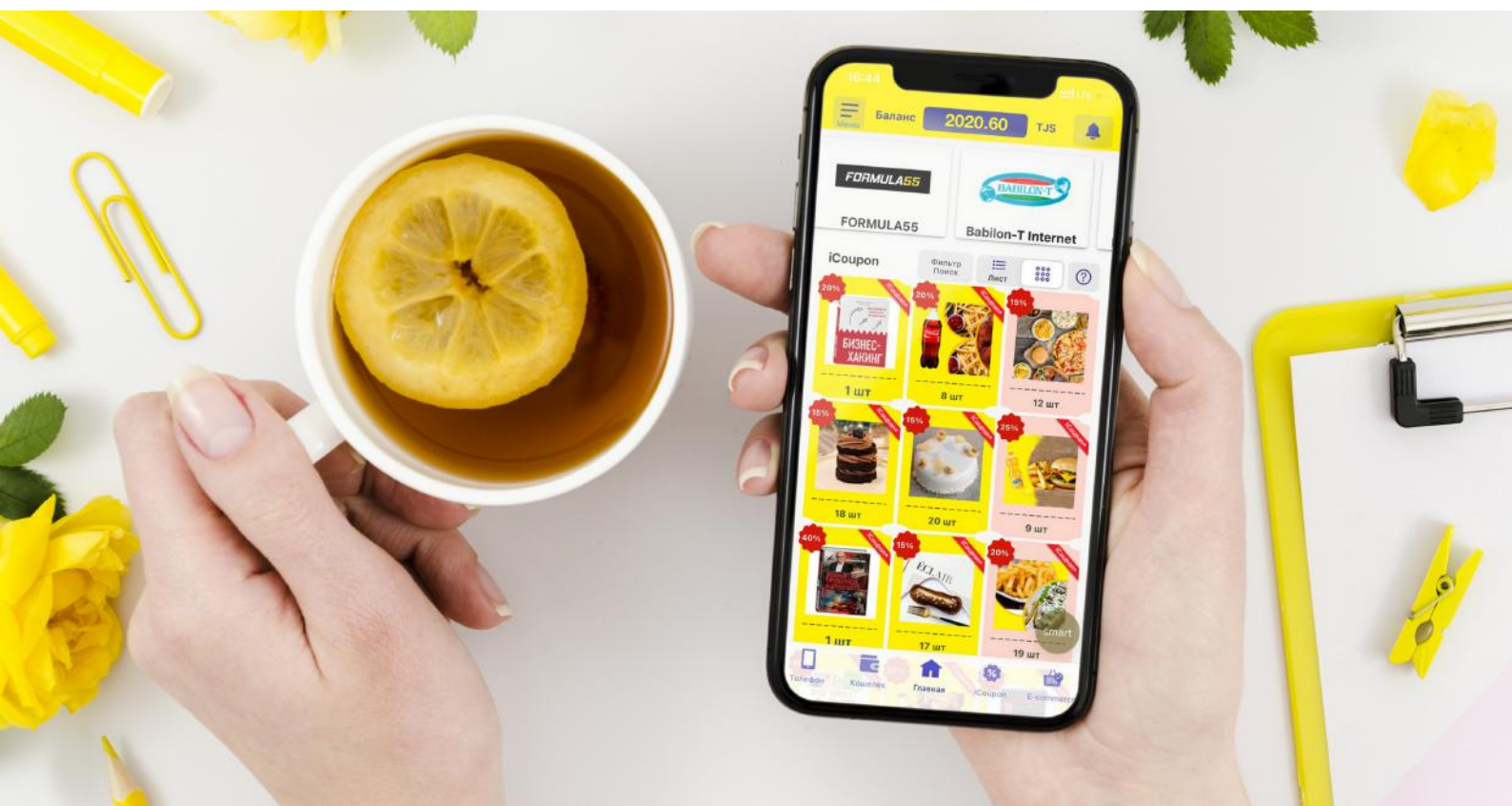
- - идентифицированный—это максимум возможностей, т.е. повышение допустимых лимитов на финансовые операции и предоставляется доступ ко многим функциям электронного кошелька;
- - не идентифицированный - выдаётся сразу после регистрации. Здесь минимум возможностей: подтверждён только ваш номер телефона.



39. Как пополнить кошелек?

Кошелек можно пополнить:

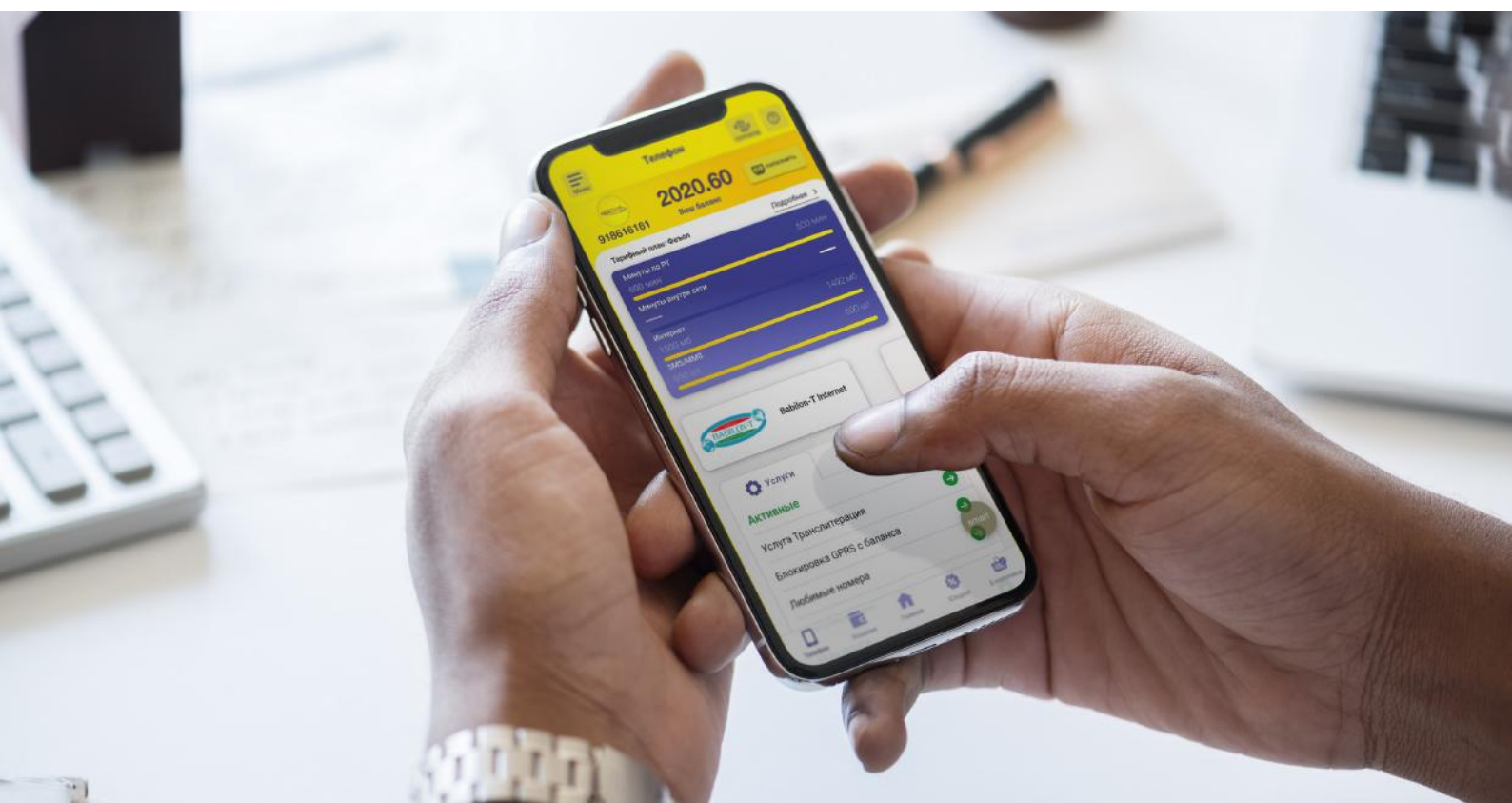
- - с банковской карты. В личном кабинете на сайте оператора всегда есть платежная страница, на которой можно перевести деньги с банковской карты на кошелек. Часто операторы предлагают привязать карту к кошельку, тогда при любом переводе или платеже с помощью электронного кошелька он будет автоматически пополняться с карты на нужную сумму;
- - с баланса мобильного телефона. Номер, с которого можно списать деньги, оператору известен — вы указали его при регистрации кошелька. Поэтому в личном кабинете на сайте оператора останется ввести только необходимую сумму;
- - наличными. У многих операторов ЭДС есть собственные платежные терминалы, они позволяют внести деньги на счет кошелька. Также операторы заключают партнерские соглашения с банками, сотовыми компаниями и системами денежных переводов. Пополнить кошелек можно и через их офисы, банкоматы и терминалы;
- - через онлайн - или мобильный банк. Многие банки включили пополнение электронных кошельков в число популярных платежей.



40. Как привязать карту к приложению для совершения покупок или оплаты услуг?

Это можно сделать следующим образом (на примере приложения MyBabylon):

1. зайти в приложение;
2. зайти в меню или в нижней панели экрана выбрать вкладку Кошелек;
3. после выбора необходимой вкладки;
4. в открывшемся окне, выбрать вкладку карты;
5. после перехода в раздел карты в правом нижнем углу нажать на «желтый значок плюса»;
6. далее в открывшемся списке выбрать нужный вид карты;
7. ввести номер карты, имя владельца (на латыни), срок действия карты, cvs код, указать номер телефона, нажать кнопку «Верификация», а далее ввести код из смс.



41. Какими нормативными правовыми актами регулируется осуществление электронной коммерции в Республике Таджикистан?

Осуществление электронной коммерции в Республике Таджикистан регулируется некоторыми нормативными правовыми актами. К ним относятся:

- - Гражданский кодекс Республики Таджикистан;
- - Налоговый кодекс Республики Таджикистан (только по вопросам налогообложения);
- - Закон Республики Таджикистан «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»;
- - Закон Республики Таджикистан «О защите прав потребителей»;
- - Закон Республики Таджикистан «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
- - Закон Республики Таджикистан «О защите информации»;
- - Закон Республики Таджикистан «О защите персональных данных»;
- - Закон Республики Таджикистан «Об электронной цифровой подписи»;
- - Закон Республики Таджикистан «Об электрической связи»;
- - Закон Республики Таджикистан «Об электронном документе» и другими подзаконными нормативными правовыми актами.

42. В Республике Таджикистан действует ли специальный закон, регулирующий электронную коммерцию?

- - Нет, в республике до настоящего времени не принят специальный закон, регулирующий электронную коммерцию, но проект Закона Республики Таджикистан «Об электронной торговле» находится в стадии разработки.

43. Какие основные понятия введены в законопроекте по электронной торговле в Республике Таджикистан?

В проекте Закона Республики Таджикистан «Об электронной торговле» приводятся следующие основные понятия:

- - электронная торговля- деятельность физических и юридических лиц по купле продаже товаров, исполнению работ и услуг, осуществляемые с использованием информационных систем, информационно-коммуникационной сети и электронных процедур;
- - информационно-телекоммуникационная сеть – совокупность программных и технических средств и других видов сетей электронных коммуникаций, предназначенных для сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и использования данных в интересах участников электронной торговли;
- - электронная процедура - порядок (правила, регламент) совершения электронных операций по сделке;
- - участник электронной торговли - лицо, осуществляющее электронную торговлю, а также, опосредованно участвующее или способствующее совершению электронных сделок;
- - лицо, осуществляющее электронную торговлю – физические и юридические лица, занимающиеся продажей товаров, возмездным выполнением работ и оказанием услуг с использованием электронных сообщений;
- - электронное сообщение - информация, подготовленная, отправленная, полученная и хранимая с помощью информационно-коммуникационных сетей и электронных процедур;
- - отправитель электронного сообщения - лицо, которое отправляет электронное сообщение или формирует учетную запись в базе данных получателя сообщения;
- - адресат - лицо, которому электронное сообщение отправлено самим отправителем или информационным посредником;
- - информационный посредник - лицо, которое по инициативе или по поручению другого лица отправляет, получает, хранит электронное сообщение или предоставляет другие услуги в отношении данных сообщений;

- - электронный договор - гражданско-правовой договор, осуществляемый на основе использования информационно-коммуникационных сетей и электронных процедур;
- - электронная платежная система - система организации электронных финансовых расчетов в сети, позволяющая стороне сделки самостоятельно управлять своим лицевым счетом или другими средствами платежей;
- - электронная сделка – действие, совершенное сторонами сделки посредством проведения электронных операций;
- - операторы электронных платежных систем - кредитные организации или операторы связи и иные юридические лица, выступающие в качестве небанковской кредитной организации, предусмотренные законодательством, на условиях договора со стороной сделки (договора присоединения).

44. Какие формы налогообложения подходят для доставщиков заказов при электронной коммерции?

Доставщики заказов могут работать по патенту оказывая автоуслуги по доставке заказов или услуги такси.

45. Что такое камеральный контроль?

Камеральный контроль - форма налогового контроля, осуществляемая в налоговом органе без посещения места деятельности налогоплательщика, основанная на изучении и анализе отчёта налогоплательщика (налогового агента) и информации, полученной на основе положений настоящего Кодекса, без требования дополнительных документов и информации от налогоплательщика. Камеральный контроль является неотъемлемой частью системы управления рисками, осуществляется в целях предотвращения нарушений налогового законодательства и позволяет налогоплательщику самостоятельно исправлять существующие несоответствия.

46. По каким вопросам проводится рейдовая проверка?

Согласно ст. 46 Налогового кодекса Республики Таджикистан (далее «НК РТ») рейдовая проверка проводится налоговыми органами, по вопросам соблюдения следующих требований налогового законодательства:

1. постановка на учёт в налоговых органах в качестве налогоплательщика, достоверность сведений о месте нахождения налогоплательщика;
2. привлечение работодателем наемных работников к выполнению работы (услуги);
3. наличие и применение контрольно-кассовых устройств или интегрированной трехкомпонентной системы;
4. наличие оборудования (устройств), предназначенного для оплаты с использованием пластиковых карт или других форм электронных платежей;
5. наличие накладной и соответствие наименования, количества (объема) товара к сведениям, указанным в накладной;
6. наличие и точность электронной маркировки для учёта товаров, ввозимых на территорию Республики Таджикистан и производимых в Республике Таджикистан, в том числе подакцизных товаров;
7. соблюдение правил розлива (упаковки), маркировки акцизными марками, хранения, реализации подакцизной продукции и осуществления отдельных видов подакцизной деятельности.

47. Какова частота проведения рейдовых проверок?

Рейдовая проверка осуществляется налоговыми органами по месту деятельности предпринимателей не чаще одного раза в шесть месяцев.

48. Что является основанием для проведения рейдовой проверки?

Рейдовая проверка проводится на основании распоряжения руководителя налогового органа, которое представляется налогоплательщику при проверке и фиксируется в журнале учёта проверок.

49. Какой орган контролирует применение кассовых аппаратов?

Налоговые органы осуществляют контроль соблюдения порядка применения и использования контрольно-кассовых машин с фискальной памятью.

50. Кто осуществляет контрольный закуп у мерчантов и МСБ?

Контрольная закупка производится налоговыми органами без ограничения периодичности исключительно для контроля использования контрольно-кассовых устройств и выдачи контрольно-кассовых чеков покупателям в бумажном или электронном виде. Порядок проведения контрольной закупки устанавливается уполномоченным государственным органом (ст. 86 НК РТ).

51. Что такое хронометражное обследование?

Хронометражное обследование - форма налогового контроля, осуществляемая с целью установления фактических доходов и затрат налогоплательщика за период, подлежащей обследованию. Хронометражное обследование проводится не более одного раза в год сроком до 3 рабочих дней.

Результаты хронометражного обследования налогоплательщиков учитываются при проведении начислений сумм налогов.



52. Как оприходовать товары, которые есть в наличии, но нет документов?

Товары и материалы, имеющиеся в наличии у мерчантов без подтверждающих документов, могут быть оприходованы путем проведения инвентаризации. Оценочная сумма приходуемых товаров и материалов по Акту инвентаризации зачитываются как доход и с суммы приходуемых материалов уплачивается налог по упрощенной системе.

53. По каким ставкам облагаются налогом мерчанты, работающие по упрощенной системе налогообложения?

Ставка налога по упрощенной системе составляет 6 % от валового дохода.

Для деятельности, связанной с производством товаров и определение доходов за вычетом расходов по ставке - 13 %; для других видов деятельности и определение доходов за вычетом расходов по ставке - 18 %.



54. Как можно вести бухгалтерский учет на упрощенном режиме?

Налогоплательщики, применяющие налог по упрощенному режиму, для целей определения налоговой базы могут применять упрощенную систему бухгалтерского учёта, установленную уполномоченным государственным органом в сфере финансов.

55. Должны ли мерчанты составлять Акт сверки с налоговым органом?

Налогоплательщик обязан составлять акты сверки в письменной или электронной форме совместно с налоговым органом в следующие сроки:

1. дехканские хозяйства без образования юридического лица - один раз по результатам отчётного года;
2. налогоплательщики, осуществляющие свою деятельность в упрощенном налоговом режиме, за исключением налогоплательщиков, осуществляющих свою деятельность на основе патента - один раз за отчётное полугодие;
3. налогоплательщики, осуществляющие свою деятельность на основе патента - один раз по результатам отчётного года;
4. налогоплательщики, осуществляющие свою деятельность в общем режиме налогообложения - каждый отчётный квартал. (ст. 34 НК РТ).

56. Какие налоги у нерезидентов должны удерживать мерчанты?

Доходы нерезидента из источника в Республике Таджикистан, не связанные с постоянным учреждением этого нерезидента в Республике Таджикистан, подлежат налогообложению у источника выплаты как валовый доход без осуществления вычетов (за исключением вычета налога на добавленную стоимость в случае налогообложения в соответствии со статьёй 260 настоящего Кодекса) по следующим ставкам:

1. дивиденды – 12% (ст. 237 НК);
2. проценты – 12% (ст. 238 НК);
3. вознаграждение по сумме на сберегательных, депозитных счётах, вложение и инвестиционные счёта в соответствии с пунктом 12%;

4. страховые взносы, выплачиваемые резидентом или постоянным учреждением нерезидента в соответствии с договорами страхования и перестрахования рисков - по ставке **6** процентов от общей суммы взносов;

5. платежи, производимые резидентом или постоянным учреждением нерезидента за телекоммуникационные или транспортные услуги при осуществлении международной связи или международных перевозок между Республикой Таджикистан и другими государствами:

а) для услуг международной связи - **3** процента от общей суммы, уплаченной за услуги;

б) для международных перевозок - **3** процента от общей уплаченной суммы;

6. доходы в виде заработной платы, предусмотренные статьёй 186 настоящего Кодекса, выплачиваемые из источников в Республике Таджикистан, независимо от формы и места выплаты доходов - по ставке **20%**;

7. иные доходы, не предусмотренные пунктами 1)-6) настоящей части - по ставке **15 %** от валовой суммы дохода.



57. Какие налоги выплачивают и удерживают мерчанты у наемных работников?

Мерчанты при начислении заработной платы начисляют ФСЗН 20% от суммы заработной платы, удерживают 2% платежей по социальному страхованию и подоходный налог 12% у наемного работника и перечисляют в бюджет.

58. Каким нормативным актом регулируется применение онлайн контрольно-кассовых машин?

Порядком применения онлайн контрольно-кассовых машин и систем виртуальных касс при осуществлении денежных расчетов с населением, утвержденный Постановлением Правительства Республики Таджикистан №432 от 9.10.2021г.

59. Что такое - онлайн контрольно-кассовая машина («онлайн – ККМ»)?

Онлайн ККМ - электронная вычислительная машина и другие устройства, которые могут подключаться к фискальному модулю, подготавливать фискальные документы, обеспечивать передачу фискальных документов в режиме реального времени и автономном режиме оператору фискальных данных и распечатывать фискальные данные;



60. Что такое виртуальная касса?

Виртуальная касса - программное обеспечение или их комплексы, которые передают информацию о наличных и безналичных расчётах с населением в точках розничной торговли (работы и услуг) точках (если интегрировано с безналичными платёжными средствами), могут подключаться к фискальному модулю, создавать фискальные документы, обеспечивать передачу фискальных документов в режиме реального времени оператору фискальных данных и распечатывать фискальные данные или отправляют их в электронном виде.

61. Что такое кассовый чек?

Кассовый чек (далее «чек») - первичный учётный документ, подтверждающий факт выполнения расчётов в электронном или бумажном виде, при осуществлении расчёта за товары (работы и услуги) между пользователем и покупателем (клиентом) через онлайн-ККМ и (или) виртуальной кассой, в соответствии с действующим законодательством и с использованием наличных и (или) электронных платёжных инструментов за проданные товары (работы и услуги).



62. Какие контрольно-кассовые машины мерчанты могут использовать в своей деятельности?

Разрешается использовать на территории Республики Таджикистан только включённые в государственный реестр онлайн-ККМ и виртуальные кассы с фискальным модулем. Запрещается использовать онлайн-ККМ и виртуальные кассы, не включённые в государственный реестр и не имеющие сертификата соответствия в области информационной безопасности.

63. Какая информация должна содержаться в чеке онлайн –ККМ и виртуальной кассы?

В чеке онлайн-ККМ и виртуальной кассы должна содержаться следующая информация:

- - наименование юридического лица или фамилия, имя и отчество индивидуального предпринимателя;
- - идентификационный номер налогоплательщика;
- - серийный номер контрольно-кассового устройства;
- - регистрационный номер контрольно-кассового устройства;
- - порядковый номер контрольно-кассового чека;
- - дата и время выдачи контрольно-кассового чека;
- - наименование товара (работ, услуг), единица измерения, количество, цена, сумма по каждому товару (работе, услуге), сумма налога с учётом дифференциальной ставки налога на добавленную стоимость при осуществлении наличных и безналичных расчетов, скидки и общая сумма закупки;
- - штрих код чека контрольно-кассового устройства;
- - фискальный знак контрольно-кассового устройства.

64. Что такое налоговая проверка?

Налоговые проверки проводятся с целью контроля соблюдения налогового законодательства, уплаты государственной пошлины и других обязательных сборов. Налоговая проверка проводится в виде выездной налоговой проверки и рейдовой проверки.

65. На какие виды подразделяются налоговые проверки?

Налоговые проверки подразделяются на следующие виды: выездная налоговая проверка и рейдовая проверка.

66. Что означает «Выездная налоговая проверка»?

В соответствии со статьей 47 НК РФ выездная налоговая проверка проводится только с целью определения правильности исчисления уплаты налогов и обязательных платежей за определенный период времени по месту деятельности налогоплательщика и на основе системы управления рисками, за исключением случаев, когда место деятельности налогоплательщика является местом его жительства. В таком исключительном случае и в случае несоответствия адреса регистрации налогоплательщика фактическому адресу места деятельности, выездная налоговая проверка проводится в налоговом органе.

Выездная налоговая проверка проводится по высокому уровню риска, определяемому системой управления рисками на основании соответствующего распоряжения уполномоченного органа. В предписании указываются наименование и идентификационный номер налогоплательщика, фамилия, имя, отчество и должность проверяющего лица, сроки и цель проведения проверки.

Налоговые органы направляют налогоплательщику уведомление о проведении выездной налоговой проверки не менее чем за 10 рабочих дней до начала выездной налоговой проверки.

Уведомление доставляется налогоплательщику (налоговому агенту) по месту нахождения, указанному в регистрационных данных или отправляется в личный кабинет налогоплательщика, либо заказным письмом.

В уведомлении указываются основания для проведения выездной налоговой проверки, в том числе предмет проверки, налоговый период и срок её проведения.

Выездная налоговая проверка при добровольной ликвидации деятельности налогоплательщика проводится с момента последней проверки, но не более срока исковой давности.

Налогоплательщику запрещается вносить изменения и дополнения в налоговую отчетность за проверяемый отчетный период в ходе выездной налоговой проверки.

В случае неведения налогоплательщиком бухгалтерского учёта в соответствии с требованиями законодательства, которое делает невозможным проведение проверок, налоговые органы применяют альтернативные методы налогообложения для определения налоговых обязательств.

Запрещается проводить более одной выездной налоговой проверки по одному виду налога и за один и тот же период, за исключением положений, предусмотренных в статье 49 настоящего Кодекса.

В случае прекращения деятельности обособленного подразделения юридического лица - резидента выездная налоговая проверка не проводится, за исключением случаев подачи налогоплательщиком заявления о проведении такой проверки.

Инструкция по проведению налоговых проверок утверждается уполномоченным государственным органом по согласованию с уполномоченным государственным органом в сфере финансов.

67. В какие сроки проводится выездная налоговая проверка?

Выездная налоговая проверка проводится в следующие сроки:

1. для малых предпринимателей - до 7 рабочих дней;
2. для средних предпринимателей - до 20 рабочих дней;
3. для крупных предпринимателей, в том числе:

а) для юридических лиц, имеющих обособленные подразделения, и нерезидентов, осуществляющих деятельность через постоянные представительства - до 30 рабочих дней;

б) для юридических лиц, имеющих более чем одно местонахождение в Республике Таджикистан, и для налогоплательщиков, состоящих на учёте структурного подразделения уполномоченного государственного органа по крупным налогоплательщикам - до 60 рабочих дней.

68. Что является уклонением от уплаты налогов?

Согласно статьи 37 НК РТ «Уклонение от уплаты налогов - незаконное и умышленное неисполнение налоговых обязательств физическими и юридическими лицами».

Следующие действия считаются уклонением от уплаты налогов, если налогоплательщик:

- - не ведёт бухгалтерский (налоговый) учёт и (или) не обеспечивает его требования;
- - уничтожил бухгалтерские документы, необходимые для определения налогового обязательства;

- не представил налоговые отчёты за период трех отчётных месяцев;
- занизил в налоговых отчётах уплачиваемые налоговые средства (с учётом корректировочной декларации);
- не предоставил в сроки, установленные настоящим Кодексом, налоговым органам информацию и документы, необходимые для определения налоговых обязательств;
- представил счёт-фактуру налога на добавленную стоимость без фактического осуществления операции.

69. В каких случаях налоговые органы самостоятельно могут начислить налоги?

В соответствии со статьей 123 НК РТ в течение срока исковой давности налоговые органы вправе исчислить (дополнительно начислить) сумму налога, подлежащую уплате налогоплательщиком, пересмотреть и (или) взыскать сумму исчисленного (дополнительно начисленного) налога за соответствующий налоговый период.

70. Какую рентабельность налоговый орган может применить при отсутствии учета объектов налогообложения?

Согласно статьи 37 НК РТ если в ходе налоговой проверки выявлено отсутствие учёта объектов налогообложения либо налогоплательщиком не представлены сведения о них, налоговый орган на основании имеющихся у него сведений может для целей части 3 статьи 37 исчислять предполагаемую сумму налога, используя в соответствующих случаях оценку стоимости реализации товаров (работ, услуг), стоимости имущества, средний уровень заработной платы и уровень рентабельности в размере 10 процентов.

71. Что означают рыночные цены для целей налогообложения?

Для целей налогообложения в качестве цены на товары (работу, услуги) принимается фактическая цена, указанная (закрепленная действительными документами, включая договор, квитанцию, накладные) сторонами договора.

В случае, если указанная цена на товар (работу, услугу), отличается от рыночной цены, и налогоплательщиком не представлены обоснованные причины расхождения цен, при налогообложении подобных операций используется рыночная цена.

72. В каких случаях налоговые органы могут применять рыночные цены для целей налогообложения?

В соответствии со статьей 21 НК РТ налоговые органы применяют рыночные цены в следующих случаях, если:

1. договор подписан между взаимосвязанными лицами и их взаимосвязанность повлияло на результаты такого соглашения;
2. обязательства сторон исполняются через обмен товарами (работой или услугами);
3. одна из сторон внешнеторгового договора является резидентом страны со льготным налогообложением согласно статье 223 Налогового Кодекса;
4. одна из сторон договора использует налоговые льготы;
5. цена, использованная сторонами договора, отличается от официальной статистической цены, сформированной в день, ближайший к моменту реализации товаров (работ, услуг) или следующий за ним, но не более чем на 30 календарных дней до или после момента реализации таких товаров (работ, услуг) на 30 процентов. Настоящее положение применяется при сравнении розничных цен с розничных и оптовых цен с оптовыми.

73. В какие сроки должны представляться основные налоговые декларации?

- -Декларация по ФСЗН 20% до 15 числа следующего за отчетным месяцем (по наемным работникам и для ИП);
- -Декларация по подоходному налогу с заработной платы наемных работников до 15 числа следующего за отчетным месяцем (для наемных работников);
- -Декларация по упрощенному режиму налогообложения до 10 числа следующего за кварталом месяца;
- -Декларация по НДС до 15 числа следующего за отчетным месяцем;
- -Декларация по налогу на прибыль до 1 апреля, следующего за отчетным годом.

