

Секция «1. Перспективы развития современной финансовой системы»

Проблема налогообложения на рынке электронной коммерции

Захарова Анастасия Сергеевна

Студент

Финансовый университет при Правительстве РФ, Международных экономических отношений, Москва, Россия

E-mail: zak6563@yandex.ru

Научный руководитель: д.э.н., проф. Ярыгина И.З.

Рынок электронной коммерции в настоящее время является самой динамично развивающейся сферой экономики. По данным eMarketer, на конец 2012 г. объем мирового рынка электронной коммерции составил более \$ 1 трлн., что представляет собой, по данным ООН, 5% от всей торговли товарами.

Что касается России, то, по полученным данным, в 2012 г. доступ к интернету имели около 62 млн. человек. Наибольший уровень доступности продемонстрировали Москва и Санкт-Петербург. В России, по данным аналитиков, за 2012г. объем рынка электронной коммерции составил около \$11- 13 млрд., причем более 4/5 рынка занимал сегмент розничной торговли[1]. В настоящее время темпы роста данного рынка почти в 10 раз опережают темпы роста экономики страны, если смотреть по данным за 2012 год: ВВП России вырос на 3,5%, а рынок электронной коммерции ежегодно рос на 29% в 2008 – 2012гг.

Все эти показатели довольно оптимистичны, однако относительно мирового уровня российский рынок электронной коммерция находится все еще на зачаточной стадии развития. По данным консалтингового агентства J'son Partners Consulting, доля электронной коммерции в торговле РФ составляет лишь 2–3%, в то время как в развитых рынках эта цифра ближе к 5%, а у общепризнанных лидеров - Великобритании и США - превышает 10%[2].

Средний общемировой рост рынка электронной коммерции составляет 19% в год и, по прогнозам, к 2015 году составит \$ 1,4 трлн. Лидирующие позиции по темпам роста объемов электронной коммерции займет в основном Азиатско -Тихоокеанский регион, главным образом развивающиеся страны, такие как Индонезия и Китай, где ожидается скачок более чем на 36%. Развитые же страны будут продолжать демонстрировать умеренную динамику, исключение составят лишь Великобритания и США, где темпы роста ежегодно будут составлять более 10%. Доля России к 2015 году прогнозируется увеличиться до 4,5 %[3].

Исходя из мощных темпов развития данного сегмента рынка, можно сказать, что в будущем он, возможно, займет доминирующее положение по отношению к традиционным видам продаж. И вместе с позитивным влиянием на экономику электронная коммерция может принести также некоторые проблемы, как, например, проблемы с налогообложением, которые я бы и хотела рассмотреть в данной статье. Этот вопрос в настоящее время очень актуален и требует активных действий со стороны правительств.

Налоги являются основным видом доходов любого государства. Коммерческая деятельность по общему правилу подлежит налогообложению независимо от формы ее

осуществления, то есть электронная коммерция, как определенная форма деятельности, направленная на систематическое извлечение прибыли, также должна облагаться налогом. Однако в связи с особенностями электронной коммерции налогообложение требует специальных подходов.

Приведем простой и в то же время самый распространенный пример как покупка программного обеспечения или иного программного продукта. Как известно, в настоящее время при осуществлении такой электронной деятельности оформление документов не производится. Сделка заключается в электронной форме, как правило, путем принятия покупателем размещенной на веб-сайте продавца (интернет-магазине) публичной оферты. В знак принятия оферты покупатель кликает на кнопку в определенной зоне сайта и заполняет появившуюся электронную заявку. Товар поставляется покупателю после его оплаты в режиме реального времени непосредственно через Интернет. При этом оплата приобретенного товара может также быть осуществлена электронными деньгами либо банковской картой. Современные технологии электронных расчетов делают такие операции юридически и фактически незримыми для налоговых органов. Можно добавить, что вышесказанное справедливо и по отношению к более сложным процессам в сети Интернет, таким, например, как проведение в электронной форме банковской и биржевой деятельности.

Этот простой пример наглядно показывает, в каких масштабах могут исчисляться потери государства, если брать данные процессы глобально.

В настоящее время в очень немногих странах существуют механизмы налогообложения электронной коммерции, да и те находятся на стадии внедрения, и уж тем более не разработаны унифицированные международные критерии отнесения каких-либо субъектов электронной внешнеэкономической деятельности к налоговой юрисдикции того или иного государства. Действующие национальные налоговые законодательства всех государств направлены на регулирование традиционных правоотношений. Поток информации в Интернете зачастую не может быть регламентирован законодательством какой-либо одной страны, в связи с чем возникла необходимость подготовки международно-правовых актов. Таким образом, с учетом рассмотренного примера мы вправе вести речь о наличии международного пробела налогообложения в данной сфере.

Проблемы в сфере налогообложения электронной коммерции во многом схожи среди стран мира. Главное сходство заключается в том, что часто не ясно, кем и в какой бюджет должны быть уплачены налоги в той или иной операции. Личность и гражданство покупателя сейчас можно установить зачастую лишь по данным банковской карты, а если оплата производится через электронные платежные системы, например, Web-money, то в этом случае вообще невозможно. Кроме того, происходит кардинальное изменение в механизмах оплаты. Например, некоторые творческие личности на своих сайтах или блогах размещают реквизиты интернет-кошельков и предлагают перевести деньги, «если понравилось».

Появляется большое количество возможностей для уклонения от налогов, когда не хватает надежных технологий. Поэтому необходимо создать такие технологии, которые бы позволили налоговым органам контролировать и отслеживать сделки в Интернете. В виду этого даже развитые страны несут огромные потери от неуплаты налогов.

По мнению ОЭСР, системам налогообложения может быть нанесен ущерб такого

масштаба, что это может привести к ситуации, когда правительства не смогут удовлетворить законные требования своих граждан на социальные услуги. Так, например, Вильям Фокс и Дональд Брюс, профессора Университета Теннесси, еще в 1999 г. оценивали потери США от нераспространения на Интернет-торговлю налога на пользование в \$ 1.2 млрд. Один из выводов заключался в том, что большая часть этой суммы, \$ 798 млн., принадлежала коммерции типа В2В.

Так как компании, участвующие в электронной коммерции, в большинстве случаев сложно проверить на уплату налогов, то это является главной особенностью данного рынка по сравнению с другими видами предпринимательской деятельности. Многие фирмы часто меняют свое местонахождение или используют услуги фирм на стороне, имеют небольшой штат сотрудников, малые офисные помещения и вообще иногда не имеют собственных складов. Как правило, электронной коммерцией часто занимаются малые и недавно зарегистрированные фирмы. Все это в совокупности относит предприятия, занимающиеся Интернет-торговлей, к трудно облагаемым налогоплательщикам. Однако к трудно облагаемым налогоплательщикам относятся также практически все небольшие традиционные компании. В этом смысле электронная коммерция не сильно отличается от рыночной торговли, т. к. оба варианта предпринимательской деятельности нелегко проверять на предмет уплаты налогов. Но по мере роста конкретного предприятия, занимающегося в данной сфере, его деятельность становится более важной и очевидной для налоговых органов и его операции легче отследить за счет роста оборота. Большой интерес представляет электронная коммерция между двумя и более странами, поскольку она весьма специфична и требует специального налогового регулирования.

Много проблем, конечно, возникает и у России. Главная ее проблема заключается в неполноценности налогового законодательства для регулирования налогообложения электронной коммерции, а именно:

- В российском законодательстве отсутствуют определения электронной коммерции, Интернет-торговли или других похожих определений, хотя сами термины неоднократно употребляются в официальных документах.

- Налоговый кодекс РФ определяет три главные категории сделок: продажа товаров, выполнение работ и оказание услуг, но здесь не оговорено, к чему именно относить цифровые услуги.

Отнесение цифровых продуктов к товарам или услугам имеет большое значение, так как, в России, как в ЕС и в США, установлена дифференцированная ставка для этих двух типов сделок. Если цифровые продукты считать товарами, то их импорт должен облагаться НДС по ставке 18%, тогда как экспорт не будет облагаться. Если же цифровые продукты считать услугами, то ставка НДС в случаях импорта и экспорта будет зависеть от того, поставляется ли услуга на территории России или нет. Законодательство ЕС косвенно определяет цифровые и электронные продукты как «электронно-поставляемые услуги» и предусматривает показательный список таких услуг.

- Отсутствует четкое определение места поставки в Интернет-торговле. В международной практике принцип назначения определяет место поставки местоположением покупателя. Также было бы не лишним дать и определение местоположению покупателя.

Можно привести примеры попыток иностранных государств в регулировании рынка

электронной коммерции.

В США, как известно, действует мораторий на обложение налогами субъектов электронной коммерции, согласно которому доступ к Интернету, а также услуги, оказанные по сети (но не «физические» товары, проданные через сеть) не облагаются налогом с продаж.

Страны - члены Европейского Союза стараются как можно быстрее устранить пробел налогообложения в сфере электронной коммерции. В связи с этим они строят максимально жесткую внутреннюю и внешнюю налоговую политику государственного регулирования в сфере электронных экономических отношений.

Довольно интересна попытка властей Франции, Швейцарии и Германии создать механизм идентификации субъектов электронной деятельности. На сайтах компаний, ведущих законную предпринимательскую деятельность, размещается специальный опознавательный знак с номером, который позволяет потребителю проверить факт регистрации компании в налоговых органах. Таким образом, государство защищает права потребителей при покупке товаров у таких предпринимателей. Но перед тем как получить данный номер, предприниматель должен встать на налоговый учёт, подписать соглашение о предоставлении всей информации о движении денежных средств посредством электронных платёжных систем.

Европейскими властями также был разработан особый подход к налогообложению субъектов электронной коммерции, в основу которого были положены принципы, во многом соответствующие разработкам ОЭСР:

- нет необходимости в создании новых налогов для обложения электронной коммерции (достаточно обычного НДС);
- электронный продукт относится к услугам, а не товарам;
- налог на потребление должен взиматься по месту потребления.

Другим достижением европейской политики, в особенности в Германии, Испании и Италии, является создание системы жёстких штрафов за ведение незаконной предпринимательской деятельности в Интернете. Так как контроль за бизнесом в глобальной сети значительно сложнее традиционного пути, то у предпринимателей возникает больший соблазн для уклонения от уплаты налогов. По мнению властей, высокие штрафы (иногда вплоть до конфискации имущества фирмы) способны снизить долю организаций, ведущих незаконную деятельность в Интернете.

ОЭСР заявила о создании цифровых свидетельств и цифровых подписей для идентификации сторон, однако их использование среди потребителей еще недостаточно распространено. Пока не найдены решения данной проблемы, все доступные средства, такие как расчетный счет и IP-адрес, должны использоваться в качестве временной замены решения этой проблемы.

Исходя из вышесказанного, можно заметить, что власти различных государств пытаются все же найти способы регулирования рынка электронной коммерции. Хочется сказать, что нашей стране есть что почерпнуть, например, у стран ЕС.

Также, опираясь на вышеприведенную информацию, стоит отметить, что было бы неплохо добавить в российский Налоговый Кодекс такие определения, как «Интернет-торговля», «электронная коммерция», «электронно-поставляемые услуги», их обложение НДС и «место поставки» для данных услуг. Чтобы наладить налогообложение цифровых товаров, необходимо также внести изменения по поводу объектов налогооб-

ложения вообще и объектов для взимания НДС, в частности.

В конце хотелось бы отметить, что уклонение от уплаты налогов субъектами электронной деятельности – это общая проблема для всех стран. Главный тормоз развития решения этой проблемы заключается в несогласованности национального налогообложения на международном уровне, так как интересы разных стран противоречат друг другу. Взимание налогов строится на убеждении, что каждое государство имеет право самостоятельно решать, в каком размере ему собирать налоги с предприятий и граждан на своей территории, в связи с чем большинство стран занимается разработкой законодательства по налогообложению электронной коммерции самостоятельно. Это, как видно в настоящее время, не дает большого результата, так как Интернет является базой для международной торговли, для эффективного регулирования которой необходимы международные правила. Единственным решением данной проблемы видится унификация налогового законодательства в данном вопросе.

[1] М. Полякова «Электронная коммерция сегодня» // Журнал «Директор информационной службы» - 2013г. - №9

[2] «Рынок электронной коммерции в России» // J'son PartnersManagementConsultancy – июнь, 2013г.

[3] «Рынок электронной торговли все более популярен» / Вести.Экономика – 05.08.2013г.

Литература

1. Корень А.В. «Налогообложение субъектов электронной коммерции: проблемы и перспективы», Владивосток, 2011г.
2. Шевцова Ю.А., Толкачев С.А. «Налогообложение электронной коммерции: проблемы и перспективы» 15.03.2012г.
3. 3. Веб-сайт <http://www.webeconomy.ru/>