

УДК/UDC 336.221

Вопросы налогообложения трансграничных электронных операций

Манжосова Влада Александровна

студентка экономического факультета

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

г. Краснодар, Россия

e-mail: vladamanzhosova@mail.ru

Сидоркина Анастасия Станиславовна

студентка экономического факультета

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

г. Краснодар, Россия

e-mail: bogdana.318i@mail.ru

Перегудов Степан Григорьевич

студент экономического факультета

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

г. Краснодар, Россия

e-mail: stepan.peregudov@mail.ru

Аннотация

Отсутствие глобальных стандартов эффективного управления трансграничной электронной торговлей оказывает влияние на упрощение процедур торговли, охрану и безопасность, соблюдение требований и методы сбора данных. Таможенные и другие пограничные службы играют решающую роль в потоке поставок электронной коммерции, поэтому существует необходимость в стратегии обеспечения законного движения глобальной электронной торговли с минимальным вмешательством. Однако на современном этапе развития актуальным вопросом является налогообложение трансграничных электронных операций. Налоговые органы не имеют необходимого технического оборудования для оценки фактических продаж на рынке электронной коммерции, чтобы правильно определить налоговую базу. Таким образом, налоговое управление сводится к анализу информации, предоставляемой налогоплательщиками, и она не всегда соответствует действительности.

Ключевые слова: налоги, налогообложение, электронная коммерция, трансграничные электронные операции.

Taxation of cross-border electronic transactions

Manzhosova Vlada Aleksandrovna
student of the Faculty of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: vladamanzhosova@mail.ru

Sidorkina Anastasiya Stanislavovna
student of the Faculty of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: bogdana.318i@mail.ru

Peregudov Stepan Grigoryevich
student of the Faculty of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: stepan.peregudov@mail.ru

Abstract

The lack of global standards for the good governance of cross-border e-commerce has implications for trade facilitation, security and safety, compliance and data collection practices. Customs and other border agencies play a critical role in the flow of e-commerce supply, so there is a need for a strategy to ensure the legal movement of global e-commerce with minimal interference. However, at the present stage of development, taxation of cross-border electronic transactions is a topical issue. Tax authorities do not have the necessary technical equipment to estimate actual sales in the e-commerce market in order to correctly determine the tax base. Thus, the tax administration is reduced to the analysis of information provided by taxpayers, and it does not always correspond to reality.

Key words: taxes, taxation, e-Commerce, cross-border electronic transactions.

В сфере международной торговли традиционно предметом изучения являются потоки оффлайн-торговли из стран-поставщиков для удо-

влетворения спроса в других странах. Популярной моделью для изучения таких международных торговых потоков является гравитационная модель, которая объясняет объем торговли между двумя странами с точки зрения их валового внутреннего продукта и расстояния между ними.

Общий вывод состоит в том, что объем торговых потоков между двумя странами растет с увеличением доходов и сокращением расстояния. Первоначально измерялось прямое географическое расстояние, но более поздние расширения гравитационной модели также включали субъективные и институциональные измерения расстояния, такие как наличие у двух стран общего языка, истории, правовой системы или торгового соглашения.

Компании, занимающиеся международной торговлей, вкладывают средства в долгосрочные отношения со своими зарубежными партнерами, чтобы сократить расстояние, создавая взаимное доверие и снижая психологические барьеры [1].

В настоящее время клиенты могут приобретать товары на онлайн-рынках без границ. Трансграничная электронная торговля предлагает привлекательные возможности для клиентов благодаря конкурентоспособным ценам и широкому ассортименту продукции.

Основное отличие международного рынка электронной коммерции от традиционной международной торговли заключается в расстоянии, которое отделяет онлайн-покупателей от поставщиков электронного бизнеса за границей. Ведь поставщики электронного бизнеса имеют возможность сократить такое расстояние [2].

Например, они могут снизить психологические барьеры для зарубежных клиентов, предлагая веб-сайты на их родном языке, персонализируя веб-сайты на основе истории покупок и личной информации конкретного клиента, а также путем упрощения поиска и сравнения продуктов и поставщиков через веб-сайты.

Поставщики также могут улучшить объективную стоимость. Они могут преодолеть ценовые барьеры, упростив свои транспортные тарифы и основывая их на готовности клиентов платить за предоставленные

услуги, и уменьшить временные барьеры, предлагая быстрые способы транспортировки, такие как экспресс-доставка, что приводит к сокращению времени выполнения заказа между заказом продукта и доставкой клиенту.

Глобализация электронной коммерции - обычная тенденция современного электронного розничного бизнеса. Как потребители, так и производители могут получать прибыль от трансграничной электронной торговли, поскольку централизованные электронные магазины с большим ассортиментом товаров могут обслуживать несколько стран и требуют меньше расходов на собственное содержание.

Электронная коммерция также продолжает набирать обороты в розничной индустрии.

Основными драйверами роста электронной коммерции являются коэффициент проникновения Интернета, интенсивность инвестиций в телекоммуникации, доступность венчурного капитала, доступность кредитных карт, уровень образования. Существует большой потенциал для роста трансграничных продаж как на зрелых рынках электронной розничной торговли, так и на рынках с более низкой долей онлайн из-за эффектов регионального распространения.

В то же время изменение традиционных экономических отношений вызывают вопросы, связанные с неопределенностью налогового и таможенного законодательства для данной сферы экономической жизни, трудностями контроля за сделками и злоупотреблениями со стороны налогоплательщиков и участников рынка электронной коммерции.

Мировое сообщество в настоящее время не разработало единого подхода к налогообложению электронной коммерции. Различные государства подходят к этому вопросу по-разному, что создает определенные трудности как налогоплательщикам, так и налоговым администрациям.

Проблемы с налогообложением электронной коммерции возникают как при управлении прямыми налогами, обычно связанными с определением должностного лица, так и при косвенных налогах, связанных в основном с расчетом и уплатой НДС [3].

Проблемы с определением постоянного представительства коммерческой деятельности в цифровом пространстве обусловлены невозможностью применения общего подхода.

В Российской Федерации сфера налогового управления электронной коммерцией только начинает формироваться, но некоторый прогресс уже достигнут. Он связан в первую очередь с введением ст. 174.2 в Налоговый кодекс Российской Федерации (далее - НК РФ).

В соответствии с правилами ст. 174.2 НК РФ реализация цифровых услуг облагается НДС согласно месту нахождения покупателя. Местом продажи считается территория Российской Федерации с соблюдением одного из следующих условий:

- место жительства покупателя - Российская Федерация;
- оплата производится через банк или оператора электронных денег на территории Российской Федерации;
- сетевой адрес покупателя зарегистрирован в Российской Федерации;
- международный код страны номера телефона, используемого для покупки или оплаты услуг, присваивается Российской Федерации.

Тем не менее технически трудно определить фактическое место продажи товара, особенно для небольших интернет-магазинов, которые не имеют необходимых ресурсов в системе работы:

- не все интернет-магазины требуют, чтобы вводили паспортные данные или реальный номер телефона при регистрации товара;
- оплата товара может быть произведена с помощью альтернативной онлайн-валюты;
- сетевой адрес покупателя не дает однозначного ответа о его местоположении.

Также стоит отметить, что налоговые органы не имеют необходимого технического оборудования для оценки фактических продаж на рынке электронной коммерции, чтобы правильно определить налоговую базу [2].

Таким образом, налоговое управление сводится к анализу информации, предоставляемой налогоплательщиками, и она не всегда соответствует действительности. Кроме того, разработанный механизм не предусматривает действенного способа принуждения иностранных организаций к регистрации в качестве плательщиков НДС на территории Российской Федерации. Также не разработан механизм проверки правильности и полноты исчисления и уплаты НДС.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что правила, введенные ст. 174.2 НК РФ, применимы только для крупных интернет-компаний, которые беспокоятся о своем имидже. На наш взгляд, подходы к налогообложению и взиманию пошлин в трансграничной электронной торговле должны быть такими же, как и в обычной торговле.

Вопрос регулирования электронной торговли гораздо сложнее, чем просто снижение порога беспошлинного ввоза товаров в Российскую Федерацию. Необходимо сосредоточиться на том, как сделать оплату пошлины незаметной для покупателя с точки зрения процедур (в качестве примера можно привести специальные механизмы «Почты России», специальные таможенные механизмы, регистрационные нововведения). В свою очередь, Федеральная таможенная служба Российской Федерации предлагает выделить интернет-торговлю в отдельную категорию со своим законодательством и прописать для нее отдельные рекомендации Всемирной торговой организации.

Таким образом, на данный момент в международной практике нет идеального решения вопроса регулирования налогообложения трансграничных электронных операций.

Список литературы

1. Милоголов Н. С., Берберов А. Б. Анализ эффективности налоговой льготы по НДС для ИТ-компаний // *Налоги и налогообложение*. 2017. № 11. С. 18–26.
2. Бабкин А. В., Буркальцева Д. Д., Костень Д. Г. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки*. 2017. Т. 10. № 3. С. 9–25.

3. Бочков В. С., Очаковский В. А., Чернов Ю. И. НДС на электронные услуги, оказываемые иностранными компаниями в РФ: практика, проблемы и пути решения // Евразийский юридический журнал. 2019. № 12 (139). С. 192–194.

References

1. Milogolov N. S. Analysis of the effectiveness of VAT tax benefits for its companies / N. S. Milogolov, A. B. Berberov // Taxes and taxation. 2017. No 11. Pp. 18-26.

2. Babkin A V. Formation of the digital economy in Russia: the nature, characteristics, technical normalization, the problems of development / V. A. Babkin, D. D. Burkalev, D. G. Kosten, // Sci. - tech. Vedomosti of St. Petersburg state Polytechnic University. UN-TA. Ekon. nauki. 2017. T. 10. No. 3 Pp. 9-25.

3. Bochkov V. S., Ochakovsky V. A., Chernov Y. U. VAT on electronic services rendered by foreign companies in the Russian Federation: practice, problems and solutions // Eurasian Law Journal. 2019. No. 12 (139). Pp. 192-194.