

*Гукежев Салим Тимурович,
студент*

2 курс, факультет «Государственного финансового контроля»

Финансовый университет при правительстве РФ

Россия, г. Москва

*Ташуев Марат Муратович,
студент*

2 курс, факультет «Государственного финансового контроля»

Финансовый университет при правительстве РФ

Россия, г. Москва

*Сабанчиева Алина Алимовна,
студент*

2 курс, факультет «Государственного финансового контроля»

Финансовый университет при правительстве РФ

Россия, г. Москва

Научный руководитель: профессор, д/н Зверева Татьяна Владимировна

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ТОРГОВЛИ, ОСУЩЕСТВЛЯЕМОЙ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Аннотация: В статье рассмотрены особенности электронной торговли, а также электронной коммерции в целом, которые ограничивают возможность использования давно принятых подходов налогового регулирования коммерческой деятельности. Выявлены главные проблемы налогового регулирования в данной сфере. Рассмотрены возможные тенденции совершенствования налогового администрирования для тех субъектов, которые используют в своей деятельности интернет-ресурсы. Сделан вывод, что система налогового регулирования, как и законодательная база, еще не сформированы до конца ни в одной стране мира.

Ключевые слова: Налогообложение, товарооборот, информационное пространство, интернет, налог на добавленную стоимость.

FEATURES OF TRADE TAXATION CARRYING OUT THROUGH THE INTERNET

Resume: The article discusses the features of electronic commerce, as well as electronic commerce in general, which limit the possibility of using long-accepted approaches to tax regulation of commercial activity. The main problems of tax regulation in this area are identified. Possible trends in improving tax administration for those entities that use Internet resources in their activities are considered. It is concluded that the tax regulation system, as well as the legislative framework, has not yet been fully formed in any country in the world.

Key words: Taxation, commodity circulation, information space, Internet, value added tax.

Введение

Количество пользователей, подключенных к сети под названием интернет на сегодняшний день, растет из года в год. Если обратиться к статистическим данным из официальных источников, то становится видно, что число пользователей интернета по всему миру составляет 4,1 миллиарда человек [1], из них 95,8 миллионов человек - россияне. К концу 2019 года 78% населения страны уже овладело интернетом. «Всемирная паутина» охватила все сферы общественной жизни и, конечно же, повлияла на развитие предпринимательской активности по реализации услуг, работ и товаров с использованием интернета. Конечно же интернет торговля выросла и благодаря росту электронных устройств, благодаря которым можно заключать покупки практически из любой точки мира.

Несомненно в электронной торговле есть ряд преимуществ, обосновывающих такой рост, но нельзя забывать, что быстрые темпы развития

связаны с проблемами обеспечения должного финансового контроля, а это, в свою очередь, накладывает определённые требования к организации достаточно эффективной системы налогообложения данного вида бизнеса.

В нынешних условиях налоговая система сталкивается с тем, что большая часть начинающих предпринимателей считают, что если они ведут свой бизнес в интернете, то в реальном мире они никому ничего не должны.

К их сожалению, если посмотреть глубже, то интернет является просто новым способом коммуникации между покупателем и продавцом, что никак не отменяет налоговые обязанности, которые возникают в результате заключенных сделок между ними. Поэтому, в результате сложившихся обстоятельствах, возникает острая необходимость рассмотрения вопросов, посвященных функционированию электронной коммерции в контексте ее участия налоговых поступлений, что конечно же пополняет бюджет РФ.

Особенности электронной коммерции и интернет торговли в общем.

Сегодня налогообложение электронной коммерции Российского законодательства основано на общих принципах и не учитывает особенности данного вида деятельности. Конечно использование общих методов к взысканию налогов в данной сфере может неизбежно привести к тому, что, вывод средств из-под налогообложения, позволит занизить показатели налогооблагаемой базы и приведет у неисполнению бюджета. Именно поэтому, для достижения выполнимости целей, в качестве проведения системного исследования механизмов фискального регулирования электронного рынка прежде всего необходимо рассмотреть все специфические характеристики интернет торговли, исследовать тенденцию совершенствования налогового администрирования для субъектов, использующих в своей предпринимательской деятельности интернет и, помимо всего этого, необходимо выявить проблемы налогового регулирования для данного вида деятельности.

Если рассматривать вопросы фискального регулирования, то, конечно же, необходимо обращать внимание на то, что если торговля предусматривает возможность осуществление некоторых коммерческих операций без использования интернет-технологий, то электронная коммерция предполагает реализацию всех видов коммерческих операций. Например, расчет между покупателем и продавцом может осуществляться лично при доставке и получении товара. Отсюда следует, что интернет торговля может выступать как основной торговой площадкой, так и дополнительным каналом дистрибуции для предприятия. В первом случае речь идет о создании интернет-магазина, что является наиболее эффективным методом организации онлайн торговли. В нашей стране, следуя тенденции, которая наблюдается за рубежом, большинство крупных компаний достаточно прочно обосновались на интернет площадке, размеры и границы которой стремительно расширяются. Конечно же стойкое нежелание остаться «за бортом корабля» под именем современный бизнес, постепенно вовлекает в систему интернет торговли и более мелкие фирмы, которые реально оценивают, что недооценка потенциала электронного бизнеса и вообще электронной торговли может повлечь за собой утрату рыночных позиций под натиском более способных к адаптации к новым рыночным условиям конкурентов.

Если смотреть с точки зрения потребления, то основным стимулом, способствующим развитию электронного рынка, является рост пользователей высокоскоростного интернета, использование в повседневной жизни банковских карт, а также преимущество интернет-магазинов перед форматом традиционной торговли [2; 3; 4; 5]:

- широкий ассортимент товаров, не ограниченный складской и торговой площадью одного магазина, круглосуточный режим обслуживания покупателей и приема заказов;

- широчайший охват целевой аудитории;

- так как покупка будет осуществляться с ПК, мобильного телефона, планшета из дома и т.д., то это значительно экономит время покупателей;

– экономия на издержках, отсутствие потребности в аренде торговых площадей и большом штате персонала, что позволяет поддерживать конкурентные цены.

Если учитывать огромную территорию нашей страны, имеющую труднодоступные районы, и высокий уровень развития интернета, то можно предположить, что РФ может стать одной из наиболее перспективных для формирования и развития прогрессивного рынка электронной коммерции. Но прогрессивность также должна подразумевать наличие эффективных рычагов регулирования, в том числе и фискальных, устанавливающих взаимосвязь между уровнем развития бизнеса и размером пополнений государственного бюджета.

Обращаясь к Налоговому Кодексу РФ, предусмотрена общая (далее – ОСНО) и упрощенная (далее – УСН) система налогообложения для тех субъектов торговли, чья деятельность осуществляется с помощью интернета.

Для выбора того или иного способа налогообложения нужно знать среднюю численность работников, остаточную стоимость основных средств, предельный размер дохода за год участия других организаций в уставном капитале. Если же субъект налогового контроля не может выполнить условия ограничений, то он обязан применять общую систему налогообложения. УСН предполагает два варианта: налогообложение доходов по ставке 6 % или же налогообложение доходов, уменьшенных на величину расходов по ставке 15 %. В качестве примера возьмем предприятие «А» и предприятие «В». Предприятие «А» занимается реализацией услуг, а предприятие «В» осуществляет реализацию товара. Далее мы рассмотрим налоговую нагрузку при выборе того или иного способа налогообложения.

Расчетные показатели и налоговая нагрузка юридических лиц за отчетный период, тыс. руб.

№	Наименование показателя	ОСНО		УСН, «доходы»		УСН, «доходы минус расходы»	
		«В»	А»	«В»	«А»	«В»	«А»
1	Выручка от реализации (без НДС)	000	000	475	475	000	000
2	Фонд оплаты труда	000	000	000	000		
3	НДС с выручки от реализации, 18 %	525	525	000	000	000	000
4	НДС по приобретенным товарам 18 %	610		000		000	
5	Товары (без НДС)	390					
Расчет налогов:							
6	Страховые взносы с ФОТ, 30 %	900	900	900	900	900	900
7	Начислен НДС в бюджет (2–5)	915	525	0	0	0	0
8	Налог УСН	0	0	600	600	450	050
9	Налог на прибыль, 20 % ((1–3–4)·20%)	237	915	0	0	0	0
10	Уменьшение УСН на сумму страховых взносов (не более 50 %)	0	0	300	300	225	525
11	Итого налогов и страховых взносов в бюджет	052	340	200	200	125	425
12	Налоги и взносы в % к выручке с НДС	21	33	12	12	11	14

Результаты

Из полученных данных, отраженных в таблице 1, предприятиям торговли рекомендуем использовать УСН «доходы минус расходы», а вот предприятиям, осуществляющим предоставление услуг, взять УСН «доходы». Безусловно, приведенные выше системы могут касаться только тех предприятий, которые имеют регистрацию в качестве налогоплательщиков в РФ. На данный момент продавать в Россию товары через интернет без пошлин и налогов, обеспечивая себе таким образом демпинг цен и конкурентное преимущество, могут лишь нерезиденты [6].

Возвращаясь к интернет-торговле, самые большие препятствия для ее развития создают ритейлеры иностранного происхождения, что постоянно приводит к уменьшению бюджетных сборов в нашей стране [7; 8].

По мнению специалистов из Ассоциации компаний интернет-торговли (далее – АКИТ) трансграничная торговля электроникой и бытовой техникой займет в 2020 году 26% от всех продаж этого товара на российском рынке. Но в связи с закрытием границ и прекращением импорта в страну, а также введением режима самоизоляции, доходы интернет-магазинов, продающих электронику и прочие бытовые товары, неизбежно упадут, что так же скажется на сборах налогов, что в свою очередь пополнит бюджет намного меньше по сравнению с прошлым годом. В аналогичном виде торговле, именно в сегменте одежды, по предсказаниям той же АКИТ торговля должна была возрасти до 20%, в обуви - до 17%, но реалии современного мира часто не дают такого роста

Но если не обращать внимания на нынешнюю обстановку, то рынок розничного онлайн-экспорта товаров из России в 2019 году вырос на 24% относительно показателей 2018 года. Объем этого сегмента экономики составил \$817 млн. При этом число экспортных отправок из России выросло на 53% и составило 15,7 млн посылок. Объем рынка трансграна по итогам 2019 года 680 млрд. рублей или 450 млн посылок. 73% составляет доля россиян, заказывающих товары в китайских интернет-магазинах. В других зарубежных магазинах доля покупателей составляет 29% от всех людей, которые вообще хоть что-то покупали в интернете. [9] Как видно, российский рынок интернет-торговли наводнили иностранные ритейлеры, которые не облагаются налогом в нашей стране, что также ведет к снижению дохода бюджета РФ.

Чтобы поддержать отечественные предприятия, осуществляющие свою деятельность в интернет-пространстве, для создания справедливой конкурентной среды АКИТ разработала и вынесла на рассмотрение правительства РФ технологию налогообложения налогом на добавленную стоимость (НДС) товаров интернет-магазинов иностранного происхождения. Предполагается, что с помощью данного метода появится возможность

регистрировать иностранных продавцов в налоговых органах с последующим извещением почтой России о совершенной сделке купли-продажи Федеральной таможенной службы и Федеральной налоговой службы (далее – ФНС) Российской Федерации.

На основании прогнозов АКИТ, взимание НДС с интернет-магазинов иностранного происхождения, реализующих свои товары в РФ, пополнит бюджет на 300 млрд. рублей за первые три года действия. [7] Естественно, данный прогноз был сделан аж в 2017 году, но пока что данный проект еще не вступил в свою полную силу.

Налоговый Кодекс РФ, действующий на текущий момент, предусматривает налоговый контроль посредством проведения камеральных и выездных налоговых проверок, а также осмотры помещений и территорий, получения пояснений с налогоплательщика, проверка данных учета и отчетности, осуществление налогового мониторинга, используемых для извлечения дохода. Но нельзя забывать, что изложенные выше методы абсолютно бесполезны в отношении иностранных интернет-площадок и механизма, предлагаемого АКИТ. Из этого возникает вопрос - как всё-таки будут применяться предложенные меры воздействия к интернет-площадкам иностранного происхождения, не прошедших или не собирающихся проходить регистрацию в ФНС? Как будет взыскиваться налог с интернет-магазина даже при условии, что имеется вся информация об объеме продаж?

Обратимся к 1 января 2017 года, когда на основе п. 1 ст. 174.2 НК РФ на территории нашей страны начал взиматься «налог на Google». Под данную статью стали попадать онлайн-магазины, оказывающие услуги через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет». Подобные продажи в данный момент облагаются НДС по ставке 15,25%. Конечно же, чтобы все это работало, компании иностранного происхождения обязаны становиться на налоговый учёт. Помимо всего выше сказанного, нужно также учесть, что Налоговым Кодексом оговорено, что местом реализации считается территория Российской Федерации.

Российская Федерация считается местом реализации работ (услуг), если:

- Российская Федерация - место жительства покупателя;
- Российская Федерация - место нахождения банка или оператора электронных денежных средств, через которого оплачиваются услуги;
- сетевой адрес покупателя зарегистрирован в Российской Федерации;
- международный код страны телефонного номера присвоен Российской Федерации.

Вернемся к «налогу на Google», как интернет-магазин должен определять местоположение своих покупателей? Прокси-сервер, к примеру, позволяет пропускать трафик через любую другую страну, все на выбор пользователя, и именно адрес страны, выбранной покупателем, увидит продавец интернет-магазина. Именно поэтому очень многие интернет-покупки осуществляются через платежные системы, позволяющие определить местоположение покупателя.

Исходя из всего выше сказанного, на сегодняшний день приходится признавать, что эффективного и действенного механизма налогового регулирования рынка электронной коммерции не существует. Однако данная проблема стоит не только в России, но и ряде других стран.

Литература:

1. Жамьянова Ю.Б., Данилова З.А. Социальная безопасность региона: оценка регулирующего воздействия государства // Научное обозрение – 2016 – № 5. - 87–90 с.

2. Бекирова С.З., Дробышевская Л.Н. Теоретико-методические вопросы реинжиниринга бизнеспроцессов на предприятиях // Экономика: теория и практика –2015 – № 2 (38). - 63–68 с.

3. Бондаренко А.Б., Рзун И.Г. Проблемы становления национальной платежной системы // Аспирант и соискатель –2014–№ 5 (83) - 34–38 с.

4. Калипов С.А., Рзун И.Г. Эффективность использования электронного бизнеса // Актуальные проблемы современной науки – 2015 – № 3 (82). - 97–101 с.

5. Shinkevich A. I., Galimulina F.F., Komissarova I.P., Zhukovskaya I.V., Astafyeva I.A., Mayorova A.N., Nabiullina K.R., Klimova N.V. Technology Platforms as an Efficient Tool to Modernize Russia's Economy // International Journal of Economics and Financial Issues – 2016 – Т. 6. № 1. P. - 163–168 с.

6. Шипшова О.А., Мухаметшина Ф.А. Конкурентные преимущества хозяйствующих субъектов в условиях глобализации экономики // Научное обозрение – 2015– № 10–2. - 223–226 с.

7. Кобрянов С.В., Зенченко С.В. Формирование стратегии конкурентоспособного развития экономики региона // Экономика: теория и практика – 2015 – № 1(37). -14–20 с.

8. Невская Н.А. Концепция индикативного планирования как основа достижения конкурентоспособности отечественной экономики // Приднепровский научный вестник – 2017 – Т. 2. № 4.-92–94 с.

9. eCommerce 2019: основные цифры; Трансграничная торговля; Экспорт [Электронный ресурс]. URL: <https://e-pepper.ru/news/ecommerce-2019-osnovnye-tsifry.html>