

*Корнеева Елизавета Александровна,
студентка 2 курса,
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации» (Липецкий филиал),
г. Липецк, Россия*

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Речь в статье идёт о влиянии цифровой экономики на сферу налоговых отношений. Рассмотрены проблемы в налоговой политике, возникающие в связи с ростом объёма электронных услуг.

Ключевые слова: налогообложение, цифровая экономика, нематериальные активы, электронные услуги.

Концепция «цифровой экономики» была на повестке дня многих дискуссий в течение более чем двух десятилетий. К числу ее проявлений относятся интернет-коммерция, магазины мобильных приложений, «облачные» вычисления, онлайн-трейдинг, системы электронных платежей и т.д. В настоящее время отношение к цифровой экономике уже во многом перешло от стадии эмоционального восприятия к этапу рационального понимания.

Цифровая экономика оказывает значительное влияние на политику большинства стран мира. Например, в 2015 году Европейская комиссия приняла стратегию перехода на единый цифровой рынок для ЕС. В связи с этим естественное влияние цифровой экономики на сферу налоговых отношений представляется закономерным. Динамичная трансформация традиционных и создание новых секторов экономики в связи с быстрым развитием информационных и коммуникационных технологий требует если не пересматривать, то хотя бы переосмысливать некоторые принципы и подходы налогового права, а также учитывать данный факт при формировании налоговой политики в государстве.

Прежде всего, цифровая экономика характеризуется преобладанием нематериальных активов над материальными. Нематериальные активы являются основным продуктом, производимым экономическими субъектами в этом секторе. Например, так называемое «программное обеспечение как услуга» очень популярно в настоящее время. В этом случае потребитель платит за право использовать в течение ограниченного времени возможности программного обеспечения, которое размещено в виртуальном хранилище данных, называемом «облаком».

С данными особенностями связана первая трудность – мобильность нематериальных активов. Чтобы уменьшить сумму уплаченных налогов, компании предпочитают регистрировать права на такие активы на аффилированные фирмы, которые зарегистрированы в оффшорных юрисдикциях.

Такая же характеристика мобильности есть и у пользователей. Гражданин России, находясь в командировке, к примеру, во Франции, может приобрести доступ к учебным курсам компании, которая зарегистрирована в Англии, пройти обучение в Австралии и применить эти знания в российской компании. Такая же тенденция проявляется в мобильности бизнес-функций – способности организовывать и управлять бизнес-процессами дистанционно. К примеру, маркетинговые услуги для одной конкретной российской компании могут предоставляться одновременно несколькими лицами, которые расположены в разных юрисдикциях. При этом также возможно возникновение проблем в сфере налогообложения.

Для того, чтобы решать данные проблемы, сегодня осуществляется привязка места продажи услуг к местонахождению покупателя. К примеру, это говорится в Директиве 2008/8/ЕС, вступившей в силу 01 января 2015 года. В ней установлено, что место реализации электронных услуг – это местонахождение покупателя. Аналогичный подход планируется реализовать в России. В настоящее время в Госдуме рассматривается законопроект, который

направлен на устранение неравенства в налогообложении налога на добавленную стоимость российских и иностранных организаций, предоставляющих разные электронные услуги [2].

Но такой подход не может считаться абсолютно эффективным, у него тоже есть свои недостатки. Например, этот подход проблематично применять при условии множественности покупателей (например, краудфандинг), когда несколько тысяч пользователей, являющихся резидентами различных стран, осуществляют финансирование нематериального актива.

Также одна из особенностей налогообложения в условиях «цифровой экономики» – это то, что количество покупателей не всегда равно количеству пользователей. К примеру, программное обеспечение «Антивирус Касперского» может приобрести один покупатель (причем, как физическое, так и юридическое лицо), но при этом данным ПО могут пользоваться несколько пользователей (например, в том случае, когда продаётся одна лицензия, которую можно установить на несколько компьютеров). Или, например, может быть один покупатель-юридическое лицо и множество пользователей-сотрудников данного лица, которые при этом могут находиться в удалённом доступе, но осуществлять свои полномочия на расстоянии [1].

Не менее значительное влияние «цифровая экономика» оказывает на конструкции норм налогового законодательства. Примером здесь может быть директива ЕС 1042/2013, которая касается обязательного определения местоположения конечного пользователя электронных услуг. Данный акт вводит особые условия, которых влияют на определение такого местоположения.

Таким образом, приведённые факты доказывают, что в целом рост доли цифровой экономики в объеме традиционной экономики сегодня ставит перед государством необходимость пересмотра большинства устоявшихся подходов к налогообложению. Появление новых форм экономической деятельности, в том числе имеющих цифровую основу, коснётся многих норм Налогового кодекса,

подходов к ценообразованию. Поэтому сегодня для государства очень важно модернизировать отечественное налоговое законодательство и усиливать контроль за налогоплательщиками.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Рамазанов Т. Некоторые аспекты налогообложения в цифровой экономике // Вестник Университета им. О.Е. Кутафина. – 2016. – №6. – С. 147-151.
2. Ревина С.Ю. Тенденции и перспективы российской электронной коммерции // Вестник РУДН. – 2017. – С. 487-497.