

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КОРПОРАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

С.В. Мищенко, Украинская академия банковского дела

Одной из специфических особенностей развития современного рынка финансовых услуг является становление электронной коммерции, в т.ч. на финансовых и фондовых рынках. Понятие электронной коммерции достаточно широкое, охватывает большой круг вопросов и нуждается в дальнейшем законодательном и нормативном обеспечении. В частности, это касается и вопросов налогообложения, таможенных процедур, защиты прав потребителей и т.п.

Развитие электронной коммерции позволяет отечественным предприятиям выйти на новые рынки сбыта продукции, оперативно реагировать на изменения рыночной ситуации, существенно снизить расходы на поиск потенциальных партнеров, повысить конкурентоспособность своей продукции и т.п. Кроме того, наличие необходимой законодательной и нормативной базы даёт возможность создать конкурентную среду на зарождающихся рынках, особенно финансовых, обеспечить равноправный доступ к рынку всех участников и их равноправие в вопросах ценообразования, налогообложения, защиты прав потребителей и др.

На сегодняшний день большинство из этих вопросов решаются в рамках общих подходов и принципов действующей системы налогообложения в каждой конкретной стране в соответствии с национальным законодательством, хотя такое решение не является единственно возможным.

Впервые в мировой практике вопросы электронной коммерции были рассмотрены в 1997 г. в принятом Комиссией ООН по праву в международной торговле Типовом законе “Об электронной торговле”, который носит рекомендательный характер и предназначен для использования отдельными государствами в качестве методологической основы для разработки соответствующего собственного национального законодательства. Принятие этого закона послужило толчком к разработке проекта международной Конвенции “Об электронных операциях”, в которой даны определения основных терминов, понятий, а также разработаны общие методологические и методические основы осуществления операций в системе электронного бизнеса, в т.ч. и некоторые аспекты их налогообложения.

На сегодняшний день большинство стран Европейского Союза в отношении вопросов налогообложения выступают за сохранение существующих национальных систем налогов и не ориентируются в ближайшем будущем на введение специальных налоговых правил для электронного бизнеса. Это означает, что налоговые нормы для всех товаров и услуг останутся едиными независимо от способов их доставки или оказания – традиционного или электронного.

Всемирная торговая организация в основном поддерживает страны ЕС в этих вопросах, допуская только незначительную степень дифференциации

таких налогов с минимальными отклонениями налогов в электронной торговле (сфере услуг) по сравнению с обычными способами реализации товаров и оказания услуг. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) также настойчиво рекомендует правительствам при создании и введении системы налогов на электронную торговлю не разрушать общую концепцию национального налогообложения.

Особого внимания в отношении налоговой политики применительно к электронной торговле заслуживает опыт США. В США принято считать, что с целью избежания двойного налогообложения и несоответствия национальных налоговых правил налогообложения электронного бизнеса в отдельных странах существует настоятельная необходимость в разработке международных стандартов. В 1998 г. Конгресс США временно (сначала на три года) запретил властям штатов и местным властям взыскивать какие-либо новые или специальные налоги по операциям Интернет-коммерции. И хотя бюджеты разных уровней недополучили определенную сумму налогов, в октябре 2001 г. Палата представителей Конгресса США приняла закон, в соответствии с которым налоговый мораторий на коммерческую деятельность в Интернет был продлен еще на два года. Этим законом было также запрещено налогообложение оплаты за доступ к Интернет, т.е. в данной ситуации возобладали подходы к стимулированию соответствующей деятельности. Таким образом, в течение как минимум еще двух лет ни в одном из штатов США не могут заставить компанию, расположенную за его пределами, платить налоги на электронную коммерцию. В соответствии с американскими законами страны Европейского Союза также не могут заставить иностранные компании (и, прежде всего, США) собирать налоги на добавленную стоимость за продажу своих товаров на территории стран Евросоюза.

Однако в последнее время нерешенность накопленных проблем и противоречивость ситуации с “онлайновыми” налогами начала обостряться. Так, в соответствии с проектом нового законодательства Европейского союза, которое в конце 2001 г. поддержал Европейский Совет министров экономики и финансов, центром налогообложения предложено считать не место реализации, а место потребления товара или услуги, полученных через электронную сеть реализации. Это означает, что американские компании, продающие свою продукцию в странах Европы, вынуждены будут платить налоги, тогда как европейские компании, работающие за границей, в т.ч. и в США, таких налогов платить не будут. Правда, следует отметить, что в случае принятия, этот закон вступит в силу не ранее 2003 г. и только в случае продажи компаниями электронного бизнеса в странах Европы товаров и услуг на сумму свыше 100 тыс. евро. При этом, как и ранее, иностранные компании не будут собирать налог на добавленную стоимость с физических продуктов, таких как книги, компакт-диски, которые они поставляют в страны Европейского Союза. Налог будет уплачиваться по месту получения реального товара, т.е. по месту потребления, а не по месту отправки.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что законодательство Европейского Союза еще недостаточно четко определило такие понятия как “электронный

товар”, “электронная услуга”, “Интернет-услуга” и т.п. На сегодняшний день не разработаны общие методологические подходы к налогообложению электронной торговли, отсутствуют международные стандарты или принципы, одобренные одновременно несколькими странами. Научные работники и практики, занимающиеся этими проблемами, рассматривают несколько возможных вариантов:

- побитовый налог, т.е. налог, определяемый объемом переданной информации в битах и определенной фиксированной ставки платежа за один (сто, тысячу) бит;
- операционный налог, определяемый стоимостью оказанной услуги (поставленного товара) и фиксированного норматива налогообложения в зависимости от характера выполненной коммерческой операции;
- налоговое посредничество провайдеров Интернет-услуг или финансовое товарищество (посредник), осуществляющее изъятие налога на добавленную стоимость и его перечисление в бюджет (аккумуляцию) в соответствии с принятыми схемами при предъявлении итогового счета;
- использование в операциях электронной коммерции третьего доверенного лица для оформления, сбора и перечисления в бюджет всех налогов на покупки в сети Интернет, т.е. по сути создание и использование клиринговых центров. Такой вариант системы налогообложения электронной коммерции рекомендовала Правительству США Национальная ассоциация губернаторов штатов, по мнению большинства представителей которой реализация такого варианта даст возможность каждой стране устанавливать собственные налоговые ставки.

Позиция стран Европейского Союза в отношении таможенного регулирования состоит в определении приоритетов национальных таможенных режимов независимо от формы продажи товаров и оказания услуг. Неурегулированность вопросов электронной торговли в рамках ВТО стимулировала принятие Моратория ВТО на изменение таможенных сборов на операции электронной коммерции. Правительство США в этом вопросе пошло значительно дальше, выступая за постоянный и обязательный мораторий на электронные бизнес-операции и поддерживая идею бестаможенного киберпространства.

Исключительно важной и острой остается проблема защиты прав потребителей товаров и услуг систем электронного бизнеса, а также связанная с этим совокупность вопросов создания страховых фондов, дополнительных сборов и уклонения от финансовых и коммерческих рисков. Директивой Европейского Союза относительно электронной коммерции определен необходимый минимум информации, которая должна быть предоставлена потребителям (сведения о самом товаре или услуге, информация о скидках и особенностях, связанных с оформлением, доставкой заказов и т.п.), а также установлена степень юридической ответственности предприятий электронной коммерции в случае нарушения данных требований. Представители Мирового банка считают, что кроме регулирования коммерческих аспектов электронных соглашений и операций, в пакет законов об электронной коммерции должны

быть включены акты о защите интеллектуальной собственности, конфиденциальной информации частных лиц, защите инвестиций, а также акты по защите прав потребителей, включая не только предоставление качественных товаров и услуг, но и качественного доступа к сети Интернет, качественного технического обслуживания, безопасности информации и т.п.

К сожалению, сегодня в Украине отсутствуют многие законодательные и нормативные акты, регулирующие этот специфический сектор экономики, связанный с расширением рынка финансовых услуг, активным участником которого выступает государство в части лицензирования и контроля за деятельностью провайдеров, а также при разработке необходимых законодательных и нормативных актов, регулирующих электронную коммерцию. Изучение поставленных вопросов позволило определить, что эти проблемы, на наш взгляд, могут быть решены двумя путями:

- на основе адаптации действующих законодательных и нормативных актов по налогообложению к специфике электронной коммерции с незначительными изменениями подходов и дифференциацией ставок, или же
- на основе разработки и принятия в установленном порядке новых нормативных актов, адаптированных к международным стандартам ведения электронного бизнеса.

В законодательном плане вопросы организации и развития электронного бизнеса, в т.ч. и решение вопросов его налогообложения, могут быть решены на основе принятия Верховным Советом Украины законов “Об электронной коммерции” и “Об электронных финансовых услугах”, что, несомненно, будет способствовать повышению степени урегулированности и эффективности данного вида коммерческой деятельности.

Список литературы

1. Минс Грейди, Шнайдер Дэвид. Метакапитализм и революция в электронном бизнесе: какими будут компании и рынки в XXI веке. – М.: Альпина Паблишер, 2001. – 280 с.
2. Монтано Даниэль. Биржи и банки XXI века: новая волна: Пер с англ. – К.: Амадей, 2001. – 270 с.
3. Науменкова С.В., Андреев А.В., Журавка Ф.О. Фінансовий ринок та інвестиції. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 214 с.
4. Паринов С. Истоки интернет-цивилизации // Internet. – 1999. – № 15. – С. 28-34.
5. Правовое регулирование операций с банковскими картами. – М.: Интерkrim-пресс, 2000. – 160 с.
6. Садовый М., Баласинович Б. Система електронного бізнесу: елементи, механізми дії та тенденції розвитку // Банківська справа. – 2002. – № 1. – С. 31-41.
7. Сигел Дэвид. Шагни в будущее. Стратегия в эпоху электронного бизнеса. – М., 2000. – 384 с.
8. Юрчук Г.В. Електронна комерція та її перспективи для банківської системи України // Вісник Національного банку України. – 2000. – № 10. – С. 29-33.

Мищенко, С.В. Особенности налогообложения корпораций в условиях электронной коммерции [Текст] / С.В.

Мищенко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. – Суми: УАБС НБУ, 2003. – Т. 8. – С. 174-178.