

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ И КИТАЕ: ОСОБЕННОСТИ И ВЫЗОВЫ

Бондарчук Дарья Сергеевна

*Магистрантка, Санкт-Петербургский
государственный университет*

Погорлецкий Александр Игоревич

*Д-р экон. наук, профессор, Санкт-Петербургский
государственный университет*

В статье охарактеризованы вызовы налогообложения, появившиеся в результате развития электронной торговли в России и Китае, рассмотрены перспективы и целесообразность введения налога на электронные услуги в этих странах, сделаны предположения относительно возможных изменений в налогообложении российской и китайской электронной торговли.

Ключевые слова: *электронная торговля, налогообложение, НДС, таможенные пошлины, DST, Россия, Китай.*

В связи с быстрым развитием электронной торговли и ее огромным влиянием на традиционную систему налогообложения изучение налогообложения электронной коммерции имеет большое практическое значение. Несмотря на множество вызовов и технических трудностей в данной сфере, преобразование налогообложения в интернет-индустрии, представленной электронной коммерцией, по-прежнему является тенденцией, которой сложно пренебрегать, поскольку общество будущего – это информационное общество, и переход от количественных изменений к качественным делает проблему налогообложения электронной коммерции неизбежной.

Развитие электронной коммерции как формы цифровизации демонстрирует рост электронных продаж в условиях пандемии COVID-19 в России и Китае. Методы покупки и модели потребления радикально меняются с акцентом на долгосрочное развитие. В то же время кризис, вызванный пандемией, демонстрирует существующие различия в скорости внедрения цифровых технологий в этих странах. Электронная коммерция в Китае выглядит более зрелой и сформировавшейся, чем в России, где развитие электронной торговли считается достаточно новой тенденцией и появилась позже, чем в Китае [4; 8]. Кроме того, пандемия привлекла большое внимание к вопросам, связанным с налогообложением данной сферы.

Цель статьи – выявить влияние электронной торговли на налогообложение, а также вызовы, сопряженные с налогообложением электронной торговли в России и Китае.

Среди авторов, изучающих налогообложение электронной коммерции в РФ и КНР и сопряженные с ним вызовы, можно выделить таких

исследователей, как Чжан Цзюньцзюнь [9], А. И. Погорлецкий и С. Ф. Сутырин [5]. Л. В. Полежарова и А. М. Краснобаева рассмотрели возможность и степень необходимости введения налога на электронные услуги в России [6].

Несмотря на то, что по сравнению с РФ электронная торговля в КНР сформировалась достаточно давно, вопрос сбора налогов и управления электронной торговлей все равно стал довольно острым в Китае. С быстрым развитием электронной коммерции отставание в сборе налогов и управлении электронной торговлей приводит к большим суммам налоговых убытков. Китайский исследователь Чжан Цзюньцзюнь выделил 7 видов влияния развития электронной коммерции на налогообложение КНР:

1) Влияние на принцип справедливости налогообложения – в отличие от традиционных видов торговли электронная коммерция предоставляет предприятиям новый способ уклонения от уплаты налогов, поэтому многие предприятия и частные лица стали постепенно отказываться от некоторых или даже всех физических магазинов;

2) Влияние на принцип эффективности налогообложения – переход от налогообложения предприятий к децентрализованному сбору налога с потребителей привело к большему количеству необходимой рабочей силы и материальных ресурсов и, следовательно, к снижению эффективности управления налогообложением;

3) Влияние на принцип установления налогов законами – в связи с введением налоговых льгот и освобождением от налогов в период становления в КНР электронной торговли, налоговое законодательство характеризуется стабильностью и в то же время отставанием от тенденций стремительного развития электронной коммерции;

4) Влияние на налогоплательщиков – постепенное размытие понятия постоянного представительства, отсутствие жестких требований к географическому расположению покупателей и продавцов в онлайн-продажах, трудноразличимость личности налогоплательщика, а также сложность отслеживания IP-адресов предоставляет налогоплательщикам пространство для скрытых онлайн-транзакций, усложняя сбор налогов и их управление;

5) Влияние на объекты налогообложения – сложность контроля онлайн-продаж цифровых продуктов, поскольку традиционное налоговое законодательство в основном разделено в зависимости от характера предмета сделки и формы сделки, что не подходит для реальности интернет-транзакций и приводит к постоянным потерям большого количества налогов;

6) Влияние на налоговую юрисдикцию – с развитием тенденций анонимизации интернет-продуктов, электронных платежей и глобализации доходов трудно определить личность обеих сторон транзакции и место проведения транзакции, и все это создает большие проблемы действующим принципам налогообложения;

7) Влияние на систему сбора налогов – выявление недостатков системы сбора и управления налогами, такие как низкая эффективность работы и слабая система надзора в связи с характеристиками виртуализации и недостаточной открытости электронных транзакций [9, с. 59-60].

Все эти характеристики выявляют вызовы, существующие в налогообложении китайской электронной торговли, которые требуют дальнейшего решения. Поскольку данная сфера в России начала

развиваться позже, как и ее регулирование, данные проблемы могут также стать актуальными и в этой стране. На данный момент можно рассмотреть работу российских исследователей А. И. Погорлецкого и С. Ф. Сутырина, которые выявили и проанализировали проблемы налогового планирования электронной торговли на данном этапе ее развития.

Например, одной из проблем развития электронной коммерции в России являются налоговые конкурентные преимущества иностранных удаленных продавцов товаров, реализуемых через интернет-площадки. Вследствие этого различия в налогообложении зарубежных и внутренних онлайн-продаж часто ставят российских интернет-ритейлеров в менее выгодное положение. Например, Россия на момент 2020 года имела очень высокую долю трансграничных транзакций электронной торговли с Китаем: более 90% иностранных заказов российских розничных клиентов поступали через посылки из китайских интернет-магазинов [3]. Учитывая низкую стоимость большинства покупок (как правило, менее 200 евро), таможенные пошлины при отправке товаров в Россию почтой не взимаются [5, с. 185], поскольку с 21 января по 1 октября 2022 года порог беспошлинного налога составляет 1000 евро [2].

Однако российским интернет-магазинам проводить такие же транзакции в Китай не предоставляется прибыльным. Как отметил президент АКИТ (Ассоциация компаний интернет-торговли) А. Соколов в ходе Бизнес-форума «Глобальный пост-пандемический мир: новые подходы к организации бизнеса», до 2016 года в КНР существовал порог беспошлинного ввоза, сейчас экспортировать в Китай экономически невыгодно, поскольку КНР возьмет за посылки из России НДС и значительный налог на потребление. РФ в свою очередь не будет облагать налогом посылки из Китая, но если точно такой же товар будет произведен в России, то он будет облагаться НДС и включать в себя другие издержки [1]. Сравнительная характеристика представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Налогообложение товаров электронной торговли в РФ и КНР [5, с. 186]

	Импортёры	
	РФ	КНР
Беспошлинный ввоз	200 евро (с 21.01.2022 по 01.10.2022 – 1000 евро), не более 31 кг за посылку	С 2016 года отсутствует
Таможенная пошлина	5-20%	10%
Импортный НДС	20%	17%
Компенсация экспортного НДС	+	-
Потребительский налог	-	1-56% (~42%)

Таким образом, цена товаров, ввозимых из Китая легальным российским оптовым импортером, не менее чем на 25% превышает цену товаров, приобретаемых в китайском интернет-магазине (ввозная таможенная пошлина составляет 5-20% плюс 20% НДС, что может быть

возмещено за счет компенсации китайского экспортного НДС). С другой стороны, если российский интернет-ритейлер поставляет товары в Китай, то к первоначальной цене товара при пересечении границы с Китаем добавляется почти 70% – импортный НДС (17%), потребительский налог (ставка его колеблется от 1 до 56% в зависимости от вида товарной продукции, в среднем около 42%) и таможенная пошлина (около 10%). Учитывая ранее удержанный и включенный в таможенную стоимость российский НДС в размере 20% (который невозможно компенсировать при вывозе через электронные торговые площадки в розничном формате), цена российских товаров, предназначенных для китайского рынка, почти в два раза превышает цены для внутреннего российского рынка [5, с. 186]. Все это говорит о потере в РФ потенциальных ввозных таможенных пошлин и ввозного НДС, а также о необходимости выравнивания условий для отечественных и иностранных интернет-продавцов.

Немаловажным также является вопрос введения DST – налога на электронные услуги, который уже активно внедряется в странах ЕС, в то время как в США данная концепция не находит поддержки. Как отметил Чжан Цзюньцзюнь, правительство КНР придерживается идеи того, что налогообложение электронной коммерции может обеспечить постоянное увеличение налоговых поступлений, улучшить систему налогового управления, осуществить переход от традиционных методов управления торговлей к современным моделям и способствует адаптации к потребностям развития в настоящее время [9, с. 62]. Однако исследование Китая по введению налога на цифровые услуги все еще находится на ранней стадии. Продолжаются споры о том, способны ли облагаться данные налогом, кому они принадлежат, как будут оцениваться данные и как будут защищаться личные данные и конфиденциальность.

Кроме того, Ван Юнцзюнь, профессор Центрального финансово-экономического университета, затронул еще один интересный вопрос: эрозия налоговой базы и перемещение прибыли могут существовать не только между разными странами, но и между разными регионами. В Китае налоги на операции цифровой экономики уплачиваются в основном в развитых регионах, таких как Пекин, Шанхай, Шэньчжэнь и Ханчжоу, в то время как слаборазвитые регионы находятся в невыгодном положении для сбора таких налогов, что усугубляет дисбаланс между регионами. В настоящее время Китай рассматривает различные подходы к решению этих вопросов – оптимизировать существующую налоговую систему за счет уточнения налогов, связанных с цифровой экономикой, или ввести новый DST. С другой стороны, страна могла бы использовать оба подхода одновременно [7].

Что касается российской позиции относительно введения налога на цифровые услуги, то в условиях пандемии COVID-19 российскими исследователями Л. В. Полежаровой и А. М. Краснобаевой была отмечена достаточная преждевременность введения данного в России, так как это негативно скажется на экономике с точки зрения перераспределения налоговой нагрузки, развития конкуренции, рентабельности бизнеса, занятости, личных доходов и инноваций. Однако для включения страны в процессы разделения глобальной прибыли транснациональных компаний от цифровых операций необходимо разработать механизм прямого налогообложения. Таким образом, представляется важным ввести в российское законодательство институт виртуального постоянного представительства, предлагается отказаться от показателей оценок риска,

а вместо этого рекомендуется использовать только объективные показатели стоимости, не искаженные субъективным анализом [6, с. 104]. По оценке президента АКИТ А. Соколова, у государства нет желания вводить данный налог относительно внутренних компаний, скорее всего такой тип налогообложения может проводиться относительно иностранных компаний, не локализованных внутри страны, причем степень локализации может определяться социальными взносами, НДФЛ и объемами прибыли, чтобы разделить компании на тех, кто должен и не должен платить данный налог [1].

Таким образом, ввиду разной степени развития электронной торговли в России и Китае наблюдаются различные вызовы в их налогообложении и разные взгляды относительно введения налога на электронные услуги в данных странах. В КНР в первую очередь выделяются проблемы, связанные с прозрачностью проводимых транзакций на интернет-платформах и последующие трудности мониторинга и налогообложения предприятий, в то время как в РФ одной из основных проблем является неравномерное конкурентное преимущество иностранных интернет-площадок, экспортирующих в Россию в отличие от российских интернет-ритейлеров, которые могли бы экспортировать в Китай, но не могут ввиду потенциальной убыточности. Рассматриваемые страны объединяет один вызов – возможные налоговые убытки и необходимость принятия мер, чтобы их избежать в дальнейшем. Что касается введения налога на электронные услуги, Россия и Китай еще не готовы к подобным изменениям налогообложения, хотя правительство КНР рассматривает такую возможность, в то время как в РФ данная мера считается преждевременной.

В текущих реалиях вопрос налогообложения электронной торговли характеризуется еще большей неопределенностью в связи со сложной геополитической обстановкой и новой вспышкой COVID-19 в КНР, что способствует нахождению стран в состоянии ожидания и отсутствия принятия каких-либо мер. По этим же причинам наблюдается приостановка развития российско-китайской электронной торговли в связи с разрывом цепей поставок и систем оплаты.

Список использованных источников

1. Бизнес-форум «Глобальный пост-пандемический мир: новые подходы к организации бизнеса» // V Международный экономический симпозиум – 2021, 14 апреля 2021 г., 16:30-18:30.
2. Интернет-торговля: рынок России // Tadviser [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_%28рынок_России%29
3. Трансграничный паралич. Институт Гайдара оценил рынок электронной торговли в России // Lenta.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – https://lenta.ru/articles/2019/03/25/it_market/
4. Melkadze A., Year-on-year domestic and cross-border Russian e-commerce market growth rate from 2011 to 2020 with forecast till 2021 // Statista [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://www.statista.com/statistics/1073320/russian-e-commerce-foreign-and-domestic-market-volume-growth/>

5. Pogorletskiy A. I., Sutyryn S. F., Taxation of international e-trade: Russian particularities, in Smeets M. "Adapting to the digital trade era: challenges and opportunities". – Geneva: WTO Publications, 2021, pp. 178-193.

6. Polezharova L. V., Krasnobaeva A. M., E-Commerce Taxation in Russia: Problems and Approaches // Journal of Tax Reform. – 6(2). – 2020. – Pp. 104–123.

7. Zhang Z., China's Position on the Digital Service Tax // China Briefing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://www.china-briefing.com/news/chinas-position-on-the-digital-service-tax/>

8. 跨境电商深度研究系列（出口篇）// 网络经济服务平台 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.100ec.cn/detail--6446409.html> [Серия углубленных исследований трансграничной электронной торговли (экспорт)]

9. 张俊军·我国电子商务征税的原则与技术对策 [Чжан Цзюньцзюнь, Принципы и технические контрмеры налогообложения электронной торговли в КНР] // Reformation & Strategy. – Vol.36, No.7. – 2020. – Pp. 58-65.

TAXATION OF E-COMMERCE IN RUSSIA AND CHINA: FEATURES AND CHALLENGES

The article characterizes the challenges of taxation that have emerged as a result of the development of e-commerce in Russia and China, considers the prospects and feasibility of introducing a digital service tax in these countries, and makes assumptions about possible changes in the taxation of Russian and Chinese e-commerce.

Keywords: e-commerce, taxation, VAT, customs duties, DST, Russia, China.

**Бондарчук Дарья Сергеевна,
Погорлецкий Александр Игоревич, 2022**