

## НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Надежда КИКУ, к.э.н., доцент, ASEM  
e-mail: chicu.nadea@mail.ru

**JEL:** H25

Интернет-торговля получает все большее распространение в мире. По оценкам экспертов агентства eMarketer's в 2013 году электронная торговля достигла отметки в 1,251 трлн. долл.. К 2017 году прогнозируется рост оборота интернет-покупок до 2,36 трлн. долл. [1]. В Республике Молдова Интернет также активно развивается. Количество пользователей доступа в Интернет на конец 2015 года составило 3750,5 тыс., увеличившись за год на 10% [2]. Растет и количество покупок товаров посредством электронной торговли. Но так как при Интернет-торговле сложно организовать обложение товаров, может возникнуть ситуация потерь бюджета и нечестной конкуренции товаров.

Даже передовые страны несут налоговые потери. По мнению ОЭСР, системам налогообложения может быть нанесен ущерб, что приведет к большому дефициту бюджета. Проблема отсутствия методов для определения личностей покупателей, их местоположения и статуса (бизнес или потребитель) для того, чтобы проследить электронную сделку еще остается нерешенной и в США и в ЕС. Хотя ОЭСР предложила определенные методы идентификации покупателя, ни один из них не находят абсолютно надежным.

Общая проблема для всех стран заключается в несогласованности налогообложения на международном уровне. Большинство стран самостоятельно занимается разработкой законодательства для обложения электронной коммерции, но пока большого результата это не дает, поскольку Интернет является базой для международной торговли, для эффективного регулирования которой необходимы международные правила. Единственным решением данной проблемы видится унификация налогового законодательства [3].

Рассмотрим возможные пути решения проблемы налоговых потерь. Чаще всего – это повышение налоговой ставки.

Возможность приобретать товары, не облагаемые налогом, через Интернет, сдвигает кривую спроса, снижая спрос на товары, реализуемые через розничную торговлю. Но в ответ на увеличение налоговой ставки, налоговая база и дальше будет уменьшаться. Таким образом, правительство может добиться обратного эффекта. Было доказано, что рост ставки налога с продаж на 1% повышает вероятность совершения покупки через Интернет на 0,5% [4, с.101].

Еще одним действием является изменение определения местонахождения офиса. Термин можно изменить, добавив к физическому присутствию еще и экономическое. Факт продаж на территории должен служить доказательством экономического присутствия. Все он-лайн продажи будут формировать у продавца обязательство по сбору налога, что может снизить налоговые потери. Другое решение – облагать продажи в Интернете у источника. Но это противоречит применяемой при взимании налога с продаж и НДС системе обложению потребления. Во-вторых, производители и продавцы товаров будут перемещать свои «источники продаж» в территории с наиболее низким налогом.

Проблема неспособности налоговых органов проследить электронные сделки остается нерешенной для всех государств. Поэтому без развития новых технологий, которые позволят налоговым органам идентифицировать и отслеживать сделки в Интернет-пространстве, не обойтись.

#### **Библиография:**

1. Статистика интернет-торговли в странах мира. Просмотрено 22.02.2017. Режим доступа: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/statistika-internet-torgovli-v-stranakh-mira/>
2. <http://www.statistica.md/category.php?l=ro&idc=139&>
3. Налогообложение электронной коммерции: проблемы и перспективы. Просмотрено 22.02.2017. Режим доступа: [http://kapital-rus.ru/articles/article/nalogooblozhenie\\_elektronnoj\\_kommercii\\_problem\\_y\\_i\\_perspektivy/](http://kapital-rus.ru/articles/article/nalogooblozhenie_elektronnoj_kommercii_problem_y_i_perspektivy/)
4. Умерова Д.Р. Теория и практика налогообложения. Вызов электронной коммерции. Вестник Московского университета. Серия 6. экономика. 2007, №6, с.96-108