

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА, КОНТРОЛЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ
ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ**

**CURRENT ISSUES OF ACCOUNTING, CONTROL, AND TAXATION OF CROSS-
BORDER ELECTRONIC TRADE**

ВОРОНЧЕНКО Т. В.

Российская таможенная академия, Россия

E-mail: vtv15@mail.ru

Abstract. The article presents the results of a study of current problems of accounting, control, and taxation of cross-border electronic trade, which is the most promising form of international cooperation in the context of digitalization of the economy, one of the key tools for increasing the efficiency and scale of foreign trade, and a significant source of budget revenues for most countries around the world. Its main themes include clarifying the conceptual framework, defining the concept of cross-border e-commerce in relation to similar terms, assessing its role and significance, current state and development prospects, identifying current problems in accounting, control, and taxation, and finding solutions to these problems in the context of globalization and integration processes.

The theoretical and practical significance of the research results lies in the author's analytical review of various points of view on the conceptual framework and the formulation of their own definition of cross-border e-commerce, highlighting the most pressing issues in the field of research, and proposing measures to address existing shortcomings and enhance the effectiveness of legal, organizational, methodological, and practical tools for implementing modern accounting, control, and taxation systems for cross-border transactions.

Keywords: cross-border e-commerce, e-commerce, online commerce, information technology, accounting, control, taxation, and VAT.

В последние годы проблемы адаптации национальных систем учета, контроля и налогообложения к новым формам внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД), к которым, в частности, относится электронная торговля - современный драйвер экспорта и импорта товаров, работ, услуг и объектов интеллектуальной деятельности, позиции которой усилились, благодаря масштабной цифровизации и автоматизации, приобретают особую актуальность. Такие цифровые платформы как маркетплейсы и логистические сервисы, предоставляют особые возможности для экспортеров и импортеров и формируют новую экосистему, упрощающую доступ к трансграничной торговле всем участникам ВЭД, особенно, представителям малого и среднего предпринимательства, получают возможность выйти на мировые рынки без осуществления крупных вложений в традиционную инфраструктуру, а также физическим лицам при покупке товаров для личного потребления. В рамках такой экосистемы особую значимость как для продавцов, так и для покупателей и/или потребителей приобретают удобство, выбора, доставки и оплаты товаров, хорошая работа службы поддержки, оперативное решение возникающих проблем, что обуславливает необходимость учета специфики сегментирования электронной торговли:

- B2C (business to consumer) — «бизнес для потребителя», розничная продажа товаров и услуг непосредственно потребителям, через маркетплейсы или почтовыми отправлениями;
- B2B (business to business) — «бизнес для бизнеса», то есть, реализация продуктов для предпринимательской деятельности. Это может быть оптовая продажа ритейлерам, продажа кассового оборудования или товаров для офиса. Поставщика часто выбирают через тендер;
- C2C (consumer to consumer) — «потребитель для потребителя», продажи одними пользователями другим новых или бывших в употреблении вещей, продажа хендмейда и подобных продуктов. Модель C2C распространена на классифайдах Авито, Юла, в соцсетях;

- B2G (business to government) — «бизнес для правительства», - предусматривает участие в госзакупках для нужд государственных органов и предприятий и учреждений;
 - e-grocery, - «доставка еды», один из самых растущих сегментов на российском рынке, имеющий высокий потенциал развития на маркетплейсах, наряду с «нишевыми маркетплейсами», продающие одну или несколько смежных товарных категорий которые, по прогнозам «Tinkoff eCommerce», обладают возможностью роста оборота до 1,5 трлн руб. [1]. Российская онлайн-торговля развивается по западному сценарию и, несмотря на более «поздний старт», продвигается с большей скоростью и более высоким уровнем стандартов. Участники данного относительно молодого рынка применяют достаточно зрелые подходы и уникальные стили делового общения. Исследуя международный опыт, они адаптируют его под локальные условия. В частности, маркетплейсы становятся обязательной точкой присутствия и самым популярным каналом продаж, хотя и самый затратный для особо успешных продавцов, которые, в создавшихся условиях, используют динамическое ценообразование, не зависящее от числа менеджеров или уровня их квалификации, а от автоматизации, с максимальной ответственностью.
- Принимая во внимание, то, что непрофессиональное управление затратами и результатами, ценами и прибылью, приводит к возникновению серьезных рисков для для предпринимательства, предполагается, что их стратегии и тактики должны основываться на строгом контроле цен, прибыли и автоматизации работы с алгоритмами каждой платформы. В настоящее время Российская Федерация входит в пятерку мировых лидеров по распространенности онлайн-торговли, наряду с Китаем, Южной Кореей, Индонезией и Великобританией. Онлайн-покупки совершают свыше 50% жителей России. Одновременно расширяется проникновение интернет-магазинов и маркетплейсов в регионы, даже отдаленные. По данным газеты «Коммерсант» региональный оборот электронной торговли вырос на 60–80%, за период 2019-2025гг., а более 76% заказов, осуществляемые посредством трансграничной торговли, поступают как раз из средних и небольших городов страны [2]. В ежегодном отчете, представляемом командой «Data Insight», раскрываются ключевые цифры и тренды, отражающие состояние рынка электронной торговли в России в 2025 году:
- объем рынка розничной интернет-торговли достиг 13,4 трлн рублей, показав рост на 19% по сравнению с предыдущим годом;
 - количество онлайн-заказов составило 8,3 млрд, при этом темпы роста существенно замедлились – до 24%, что является минимальным значением за последние 8 лет;
 - замедление роста подтверждает переход рынка в более зрелую фазу: несмотря на сохраняющийся рост, динамика как заказов, так и денежного объема постепенно снижается;
 - начиная с 2017 г., под влиянием растущей доли маркетплейсов на рынке электронной торговли и роста частоты онлайн-покупок наблюдается снижение среднего чека, при этом после пика в 2021 г. (-29% за год) этот тренд постепенно ослабевал, но в 2025 г. снижение среднего чека снова ускорилось, хотя и незначительно (на 3 п.п.) – до 5% (с 1690 до 1610 рублей). Основная причина такого ускорения – укрепление рубля относительно доллара;
 - маркетплейсы усиливают доминирование на рынке: на них приходится 81% всех заказов и 62% объема продаж, что продолжает тренд консолидации рынка вокруг крупнейших платформ, через которые осуществляется трансграничная электронная торговля;
 - динамика заказов в течение года демонстрирует выраженную сезонность: после умеренного роста в первой половине года наблюдается ускорение во втором полугодии, с пиковыми значениями в декабре, что, безусловно, связано с праздничными покупками;
 - доля электронной торговли от всего российского ритейла (без учета автомобилей и топлива) в 2025 году выросла только на 1,9 п.п. и составила 25,6%, а в сегменте непродовольственного ритейла впервые превысила 50%, достигнув отметку 52%;
 - в 2025 году рынок eGrocery вырос на 23% и достиг примерно 1,5 трлн рублей, а количество заказов составило более 1 млрд рублей;
 - рынок ePharma составил около 475 млрд рублей и 297 млн заказов, демонстрируя рост на 22% и 20% соответственно.

По прогнозам «Data Insight» умеренное снижение темпов роста количества заказов продолжится и в 2026-2027 гг. В частности, прогноз на 2026 г. предполагает рост количества заказов на 20% до 10 млрд. рублей и рост объема продаж на ~2 трлн рублей, достигая, таким образом, 15 трлн рублей и показав рост на 15% в 2025 г. Одновременно с этим, при сохранении текущих показателей инфляции и отсутствии значительных изменений курса рубля следует ожидать дальнейшего снижения среднего чека на несколько процентов в год. В то же время, ожидается рост цен в результате продолжающимся, пусть и ослабевающим сдвигом онлайн-шоппинга в сторону более частых, но менее крупных покупок [3].

По прогнозам экспертов в 2027 году трансграничная электронная торговля составит 1/4 объема розничной торговли в мире, а ожидаемый рост продлится как минимум до 2029 года и будет, в основном, обусловлен положительным влиянием следующих факторов:

- все большего распространения электронной торговли в регионах, где наряду с маркетплейсами появятся продавцы, применяющие и другие электронные платформы;
- интеграции в электронную торговлю BNPL-моделей, означающие «Buy now pay later», то есть «Покупай сейчас, плати потом» под видом беспроцентной рассрочки, активно предлагаемой маркетплейсами и интегрируемые с ними крупными интернет-магазинами;
- расширения ассортимента повседневных товаров, крупногабаритных вещей, живых растений, продаваемые со склада продавцов, которые окажут также услуги по их доставке;
- развития «нишевых» маркетплейсов-крупных интернет-магазинов с расширенным ассортиментом, продающих товары от себя и других продавцов, предоставляющих онлайн-платформу для торговли и осуществляющих логистику;
- омниканальных коммуникаций, позволяющих клиентам посмотреть товар вживую в шоу-руме, а после этого заказать его онлайн;
- «сжатой коммерции» (compressed commerce), предоставляющей покупателям возможность быстрого выбора товара на онлайн-площадке и моментального перехода к заказу. При этом следует учесть, что предыдущий вариант касается товаров повседневного спроса, а омниканальная коммуникация важна для продажи дорогих, сложных товаров;
- работы с аудиторией по продвижению брендов и магазинов: информировать о товаре, привлекать на платформы, демонстрировать ценность предложения и клиентский сервис;
- «кроссбордерных полок» - интеграции товаров из-за рубежа в витрины маркетплейсов и магазинов, позволяющей покупать ушедшие бренды или более дешевые товары напрямую от зарубежных поставщиков, путем оказания услуг по их трансграничной оплате и доставке;
- мейлфорвардеров - сервисов, привозящих кроссбордерные товары под заказ и др.

Наряду с глобальным ростом объемов трансграничной торговли на динамику сделок напрямую влияют геополитические факторы. В условиях усиливающихся санкций, российские компании вынуждены повышать свою конкурентоспособность, активно интегрироваться в системы международных маркетплейсов, коррелируя собственные предпринимательские интересы с новыми правилами ВТО и последними изменениями в российском учетном, контрольном и налоговом законодательстве. Чтобы обеспечить законность и безопасность сделок, способствовать минимизации предпринимательских, потребительских и финансовых рисков, как для поставщиков и покупателей, так и для государств, которые последние представляют, учет, контроль и налогообложение трансграничных операций должны стать максимально оперативными и прозрачными.

Для поиска оптимальных решений существующих проблем в рассматриваемой сфере, прежде всего, необходимо уточнить содержание основных юридических понятий и экономических категорий, раскрывающих сущность трансграничной электронной торговли, таких, как: «электронная торговля», «трансграничная торговля», «Интернет-торговля» и др.

Проблема усложняется тем, что не все перечисленные и другие аналогичные понятия юридически закреплены в российском законодательстве. Справедливости ради, стоит отметить, что Федеральным законом от 29.05.2024 № 100-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации» (далее — ФЗ № 100) о введении НДС для налогоплательщиков из стран Евразийского экономического союза (далее — ЕАЭС),

в качестве отдельной новации, касающейся применения косвенного налогообложения в трансграничных операциях, осуществляемых участниками ВЭД в рамках ЕАЭС, торгующие через электронные площадки, введено понятие «электронная торговая площадка», означающую «информационную систему, функционирующую в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на которой одновременно: доступны сервисы, позволяющие покупателям изучить и заказать товар; размещены условия оплаты и/или организации оплаты товаров, а также доставки и/или организации доставки товаров покупателю» [4].

Для лучшего понимания и правильного применения указанных терминов, целесообразно рассматривать позиции ученых и практиков, занимающиеся исследованием проблем трансграничной электронной торговли, что и выполнено автором в рамках настоящего и других исследований. Так, анализ научной литературы, а также национального и международного законодательства свидетельствует о том, что предпринимаются попытки научно и законодательно регламентировать термин «трансграничная электронная торговля».

В данном контексте, можно отметить, в частности Погорлецкого А.И., который в своей статье, посвященной вопросам налогового регулирования трансграничных операций, приводит определение, закрепленное в международных правовых актах, включая «Типового закона ЮНСИТРАЛ (United Nations Commission on International Trade Law, UNCITRAL - Комиссия ООН по праву международной торговли) об электронной торговле» и употребляемое в международном обороте, согласно которому, к электронной торговле относятся «любые операции купли-продажи, осуществленные с помощью электронного обмена данными» [5].

Цареградская Ю.К. в статье, посвященной проблемам правового регулирования трансграничной торговли также обращает внимание на отсутствие в российском правовом поле, юридически закрепленных рассмотренных понятий а, в части терминологии, приводит некоторые определения из «Проекта стратегии развития торговли в Российской Федерации до 2025 года», разработанном в 2019 году Министерством промышленности и торговли РФ, трактующего, в частности: электронную коммерцию, как сферу экономики, представленную совокупностью торговых и финансовых транзакций, осуществляемых при помощи компьютерных технологий, электронную торговлю, как одну из форм торговли, осуществляемой с использованием информационных систем, включая Интернет, посредством электронных транзакций, а интернет-торговлю, как одну из форм электронной розничной торговли, при которой весь процесс купли-продажи происходит посредством сети Интернет» [6].

Рассматривая специфику налогообложения трансграничных операций, Сорокин А.А. анализирует основные понятия, субъект, объект и содержание понятия «трансграничной торговли», выделяя в качестве причин неопределенности в понятийном аспекте «сложности субъектного состава иностранным элементом (разными юрисдикциями участников) и особенностями объекта (трансграничной операции), что влияет на содержание правоотношений лиц, выраженных в наличие специальных прав и обязанностей сторон» [7].

Авторский аналитический обзор большинства публикаций, посвященных организационно-правовым, методическим и практическим проблемам трансграничной торговли позволил констатировать, что пока не достигнуто единство мнений ученых относительно содержания рассматриваемых понятий и их законодательного обоснования и закрепления. В этой связи, полагаем, что можно считать их синонимами а, в качестве относительно универсального понятия, использовать словосочетание «трансграничная электронная торговля», означающую торговлю материальными (товарами, работами и услугами, трудом, капиталом), и нематериальными активами (информацией, объектами интеллектуальной собственности) на основе современных информационных технологий.

Развитие трансграничной электронной торговли характеризуется изменениями, происходящими не только в формах и масштабах ее осуществления, но и в методах и способах учета, контроля и налогообложения трансграничных операций. В данном контексте, наряду с понятийными, не менее важными являются актуальные проблемы учетно-

контрольного и таможенно-налогового правового регулирования трансграничных операций, их методического обеспечения и практической реализации в санкционных условиях.

Современные нормы регулирования электронной торговли не разделяет товары электронной торговли и товары для личного пользования, которые поступают на таможенную территорию Российской Федерации. Их ввоз осуществляется только через прямую поставку из-за рубежа и декларируется с использованием различных форм документов. В противовес существующим, в настоящее время осуществляется частичное внедрение новых правил, согласно которым товары электронной торговли выделяются в отдельную категорию, создается институт оператора электронной торговли, вводится декларация на товары электронной торговли и планируется создание «бондовых» складов, задачей которых является аккумулярование, через трансграничную электронную торговлю, товарных запасов, приобретающих статус «товара Союза» на территории России и других стран-членов ЕАЭС, с последующей их реализацией потребителям указанных стран. Положительным эффектом от перечисленных и других новаций станет формирование специального механизма таможенного администрирования товаров электронной торговли, позволяющий повысить эффективность таможенного учета и контроля, скорость обработки товаров за счет автоматизации таможенных операций и, соответственно, сокращение сроков их совершения.

Рост количества трансграничных интернет-покупок требует пересмотра подходов к установлению порогов беспошлинного ввоза и совершенствования механизмов таможенного контроля, призванных обеспечить баланс между фискальными интересами государства и потребителей, а также повысить эффективность данной сферы в целом. Для этого требуется доработка не только соответствующей нормативной правовой базы, но и расширение функционала программных и технических средств налоговых (АКС НДС-3) и таможенных органов (комплекса «РМ СТО»), применяемых в ходе контроля за перемещением товаров электронной торговли, их учету и налогообложению и риск-ориентированному подходу [8].

Для совершенствования учета трансграничных операций, и, в частности, для таможенного оформления международных почтовых отправлений (далее – МПО) и экспресс-грузов, в отношении товаров, стоимость которых превышает порог беспошлинного ввоза, предусмотрена обязательное декларирование. С этой целью, Решением Коллегии Евразийской экономической комиссии (далее – ЕЭК) от 17.12.2024 года № 143, на основе форм пассажирской таможенной декларации для экспресс-грузов и декларации на товары для экспресс-грузов, разработана новая форма декларации на товары электронной торговли, внедрение которой уже осуществляется в практику таможенного декларирования [9].

Актуальной проблемой электронной трансграничной торговли является совершенствование и адаптация существующих и разработка новых организационно-правовых механизмов и практических инструментов налогообложения, способных оказать значительное влияние на развитие мировой экономики и международных отношений.

В настоящее время в мировой практике национальных государств и экономических союзов сформировался ряд способов, связанных с разработкой налогового механизма в данной сфере. В России также осуществляются серьезные трансформации налоговой политики, в связи с быстрыми темпами развития трансграничной электронной торговли и, существовавшими до недавнего времени значительными различиями в налогообложении операций, осуществляемых традиционными торговыми компаниями и интернет-площадками.

Трансграничная электронная торговля находится в привилегированном положении по сравнению с внутренним производством и импортом по «белым» каналам. Значительная доля этого рынка приходится на товары, не облагаемые НДС или ввозимые с минимальными таможенными платежами. Неблагополучной является и ситуация с контрафактом, так как, в ряде категорий потребительских товаров, реализуемых через популярные электронные площадки, доля несертифицированной продукции достигает почти 50% [9].

Отсутствие надлежащего налогового контроля в этом сегменте внешней торговли создает питательную среду для «серых» поставщиков, которые демпингуют за счет уклонения от налогов и отсутствия затрат на сертификацию продукции. Государство ежегодно теряет

десятки миллиардов рублей потенциальных доходов, которые могли бы быть направлены на развитие инфраструктуры и поддержку отечественных производителей.

Разрыв в ценообразовании между легальным продавцом, который платит НДС, пошлины и тратит средства на обязательную сертификацию, и «серым» импортером достигает порой 30-40%. Это создает неконкурентную среду, где потребитель, ориентируясь на низкую цену, часто получает товар низкого качества без гарантийных обязательств.

В связи с этим, Комитет Госдумы по промышленности и торговле поддержал предложение Минфина России ввести НДС на импортную продукцию, реализуемую с использованием цифровых платформ, независимо от наличия беспошлинного порога, а также выступил за выравнивание условий торговли для российских и зарубежных продавцов на маркетплейсах, а также предложил правительству устранить пробелы в правилах трансграничной торговли при прямых продажах товаров от иностранных продавцов российским покупателям. Речь идет о ситуации, когда товар, отправленный напрямую посылкой от зарубежного продавца, попадает в иной налоговый и регуляторный режим, чем товар, ввезенный импортером и проданный внутри страны.

Среди других принятых в данном направлении мер - установление преференций для российских поставщиков при начислении комиссий маркетплейсов, а также предоставление операторам платформ инструментов контроля за соблюдением прав интеллектуальной собственности путем интеграции с информационными ресурсами Роспатента.

Минпромторг предложил ввести полный НДС в 22% для иностранных товаров, приобретаемых на маркетплейсах, с 1 января 2027 года. Это предложение отличается от проекта Минфина, который предусматривает поэтапное повышение ставки: 5% в 2027 году, 10% в 2028-м, 15% в 2029-м и 20% с 2030 г. Введение НДС на реализуемые через маркетплейсы иностранные товары призвано выровнять условия торговли между традиционным ритейлом, который платит НДС, и интернет-площадками, а также согласовать национальное регулирование электронной торговли с утвержденными в 2023 году и вступившими в силу с середины этого года наднациональными нормами в отношении электронной торговли на уровне ЕАЭС.

Предполагается, что НДС будет удерживаться независимо от того, облагается ли посылка таможенной пошлиной или нет (в настоящее время разрешен беспошлинный ввоз через маркетплейсы посылок стоимостью до 200 евро, свыше этого уровня уплачивается пошлина в размере 15%). С 1 июля 2026 года ставка будет понижена до 5%, в том числе с учетом того, что часть фискальной нагрузки будет переложена на уплату НДС.

На ускоренном введении НДС для электронной торговли настаивали представители офлайн-ритейла. О том, что переход на уплату налога по полной ставке возможен уже с 1 января 2027 года, в начале февраля 2026 года сообщал также Минпромторг. В министерстве отмечали, что такой вариант прорабатывается ведомством в рамках «донастройки системы трансграничной электронной торговли». Маркетплейсы, в частности Ozon, Wildberries и Alibaba настаивают на необходимости адаптационного периода при переходе на полную ставку. Их позицию поддерживает Минэкономразвития Российской Федерации.

Компромиссным вариантом в дискуссии о сроках введения НДС на импортные товары, приобретаемые физическими лицами через маркетплейсы, может стать переход на полную уплату налога на год раньше - с 2029 г., при сохранении этапности повышения в 2027-2028 гг. Наряду со всеми перечисленными проблемами, властям предстоит решить сложную задачу — как администрировать налоги на товары, которые физически пересекают границу в индивидуальных посылках и сохранить при этом темпы развития онлайн-торговли. Поэтапное повышение ставки НДС позволило бы рынку адаптироваться, перестроить логистические цепочки и найти новых поставщиков внутри страны или в дружественных юрисдикциях. Резкий скачок до 22% без подготовки может спровоцировать «шоковый» эффект, при котором часть мелких и средних трансграничных продавцов уйдет с рынка. Это может привести к временному дефициту определенных категорий импортных товаров.

Введение 22% НДС для иностранных товаров на маркетплейсах — неизбежный этап развития российского рынка трансграничной электронной торговли. В ближайшие годы рынок ждет консолидация. Выживут те компании, которые смогут перестроить свои бизнес-процессы, повысить операционную эффективность и предложить потребителю конкурентный продукт за счет качественного сервиса и оптимизации цепочек поставок.

Для конечного потребителя это означает пересмотр ценовых ожиданий. Товары из-за рубежа станут дороже, однако рынок станет более предсказуемым и безопасным. В конечном итоге, выиграет экономика страны, которая получит прозрачные налоговые поступления и более здоровую конкурентную среду и покупатели за счет более качественных товаров.

В условиях роста трансграничной электронной торговли осуществляется масштабная цифровизация учета и контроля за трансграничными интернет-сделками, включая использование статистических данных маркетплейсов и логистических операторов [10].

Важным направлением является укрепление координации между органами государственной власти, участвующими в формировании и реализации учетно-контрольной и таможенно-налоговой политики, повышение уровня согласованности действий которых, позволит сократить сроки принятия решений и повысить их качество. Действенные меры в этом направлении уже предприняты: так, в 2023 г. в опытную эксплуатацию была введена система межведомственного электронного взаимодействия (далее - СМЭВ) версии 4.0 с расширенным функционалом и сокращенным временем обработки запросов, поддерживающую информационный обмен не только между органами власти, но и с сервисами аналитики и мониторинга, что в рамках совершенствования таможенно-тарифной политики должно существенно ускорить процессы принятия решений и их реализации [11].

Трансформация системы информационного взаимодействия Федеральной таможенной службы (далее – ФТС) и Федеральной налоговой службы (далее – ФНС) России также продолжается. В отношении объема и типа сведений раньше обмен осуществлялся по заранее утвержденным спискам или в рамках конкретных проверок (по определенным декларациям или компаниям, в настоящее время осуществляется автоматический обмен массивами данных для формирования профилей риска: от таможенного декларирования до уплаты налогов и включает данные о движении товаров, денежных потоков и участниках цепи поставок.

По ключевым направлениям вместо борьбы с фирмами-однодневками, проверки обоснованности возмещения НДС и контроля трансфертного ценообразования осуществляется автоматический расчет налоговых обязательств на основе таможенных данных и реализуются совместные алгоритмы для выявления сложных схем уклонения от уплаты. В части контекста и аналогий, вместо механизма обмена информацией при подозрительной активности на границе, работает единый оперативный центр с общей картой местности и датчиками, формирующий базу данных в режиме реального времени, что позволяет предупредить и заблокировать инциденты на всей таможенной территории.

Таким образом, интеграция информационных систем ФТС России и ФНС России – важная задача, без решения которой невозможно достичь качественно нового уровня государственного финансового контроля. Результатом успешной интеграции становится не просто обмен файлами, а появление «ситуационной осведомленности», когда каждое ведомство получает полный цифровой профиль экономической операции, вследствие чего: происходит качественный рост в выявлении схем уклонения; вместо точечных проверок отдельных партий, формируется комплексная оценка благонадежности компании; повышается адресность, эффективность и результативность проверок; происходит осознание участниками ВЭД тотальной прозрачности совершаемых сделок.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод, что электронная торговля существует достаточно продолжительное время (начиная с 60-х годов прошлого века). Благодаря широкому распространению современных информационных технологий она трансформируется в трансграничную электронную торговлю и становится инструментом повышения эффективности и увеличения масштабов внешней торговли любой страны. Появление новых форм осуществления торговых операций, реализуемых посредством сети

Интернет, позволяет ускорить процессы торговли товарами и услугами, и, в большей степени, учитывать потребности, запросы и интересы производителей и потребителей.

Высокие темпы развития трансграничной электронной торговли обусловила необходимость проведения научных исследований во всех сферах, затрагивающих теоретические, организационные, правовые, методические и практические основы электронной торговли. Лейтмотивом таких исследований является необходимость формирования, уточнения и пополнения понятийного аппарата, разработка и утверждение правил организации и осуществления трансграничных операций, их таможенного и налогового регулирования, бухгалтерского и управленческого учета и контроля, формирования таможенной и налоговой статистики и др. К этому процессу присоединились многочисленные международные, региональные и национальные органы и организации, которые разработали, приняли и распространили типовые законы и иные нормативно-правовые акты, регулирующие правовую сторону электронной торговли (трансграничной электронной торговли). Эти процессы продолжаются так как, осталось много нерешенных проблем, к которым добавляются новые, связанные с глобализацией экономики, изменением состава и статуса участников мировой торговли, возникновением финансовых кризисов и серьезных геополитических конфликтов, осложняющих процессы международной торговли.

В данном контексте, оценивая современное состояние дел в сфере трансграничной электронной торговли, следует отметить сохранение различий в терминологии и подходах к регулированию электронной торговли, как на мировом уровне, так и во внутреннем законодательстве разных государств, что приводит к затруднениям в регулировании трансграничных отношений. Отсутствие единого подхода к учету и налогообложению в рассматриваемой сфере на мировом уровне, обуславливает необходимость поиска оптимальных механизмов налогового администрирования, с целью определения страны назначения или происхождения товаров, услуг и объектов интеллектуальной деятельности.

В таких условиях, особое внимание должно уделяться вопросам гармонизации правил организации, учета и налогообложения трансграничных операций, высокие темпы роста которых, в условиях современной эпохи информационных технологий и коммуникаций, будут продолжать расти. Совершенствованию должны подвергаться: понятийный аппарат, состав и функции участников трансграничной электронной торговли, правовые нормы, регулирующие вопросы учета, контроля и налогообложения трансграничных операций, в том числе, положения, международных соглашений об избежании двойного налогообложения в отношении финансовых результатов от реализации цифровых товаров и услуг, меры по борьбе с уклонением от уплаты налогов в сфере электронной торговли и др.

Список использованной литературы:

1. Прогнозы развития электронной торговли на «нишевых маркетплейсах» <http://www.TBank eCommerce.ru>
2. Региональная е-экспансия. Электронный ресурс: <http://www. Kommersant.ru>
3. https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce_2026.pdf
4. Федеральный закон от 29.05.2024 № 100-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации» (далее — ФЗ № 100) // URL: <http://www.pravo.gov.ru>.
5. Погорлецкий А.И. Налогообложение трансграничных операций электронной коммерции: особенности, проблемы и возможности // Вестник Томского государственного университета. Экономика, 2019, № 46, С. 229-250.
6. Цареградская Ю.К. Проблемы правового регулирования налогообложения электронной торговли // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2021, 9, С. 98-104.
7. Сорокин А.А. Особенности налоговых отношений в области налогообложения трансграничных операций // Налоги и налогообложение. 2022. № 2. С. 1-8.
8. Воротынцева Т.М. Концепция совершенствования таможенно-тарифных механизмов регулирования международной торговли // Управление. 2024. Т. 12. № 1. С. 16-25.
9. Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 17.12.2024 года № 143 «О декларации на товары электронной торговли» // <http://www. consultant plus.ru>

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE ON ACCOUNTING, ISCA 2026
April 3-4, 2026, Chisinau, Republic of Moldova, Collection of Scientific Articles

10. Контрафакт или оригинальный продукт без документов? Эксперты оценили объем товаров неизвестного происхождения на Wildberries, Ozon и «Яндекс Маркете» // URL: <http://www.rtv.com>.
11. Староверова О.В. Современные тенденции в бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политике Российской Федерации // Вестник Московского университета МВД России. 2023. № 6. С. 281-286.
12. Воронченко Т.В., Чернев Р.С. Актуальные вопросы администрирования льгот по уплате таможенных платежей // Экономика и бизнес: теория и практика. 2025. № 3 (121). С. 366-370