

УДК 336.025

НАЛОГОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РФ

Е.С. Грушко¹, М.А. Молодкин²

¹ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь

^{1,2}Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, г. Москва

Цель статьи – рассмотреть особенности налогообложения организаций электронной торговли. Бурное развитие интернет-технологий и широкое их распространение во всех сферах жизни, и, в частности, в электронной коммерции, позволяет говорить об актуальности рассматриваемой темы. В статье дается понятие электронной коммерции, рассматриваются проблемы и сложности налогообложения и ведения бухгалтерского учета в организациях, занимающихся электронной коммерцией. Элемент научной новизны заключается в выявлении проблем налогообложения организаций электронной коммерции на современном этапе.

Ключевые слова: интернет-технологии, электронная коммерция, Интернет-коммерция, интернет-магазин, интернет-торговля, интернет-ресурсы, бухгалтерский учет, налоговый учет, сайт, технология, информация.

Интернет-технологии в современном обществе получили большое распространение во всех сферах деятельности и, конечно же, в организации торговли с помощью интернет-ресурсов. Это позволяет оптимизировать различные информационные процессы.

Интернет-технологии удовлетворяют потребности руководителей в своевременной, достоверной и объективной информации, которая необходима для эффективной деятельности организации.

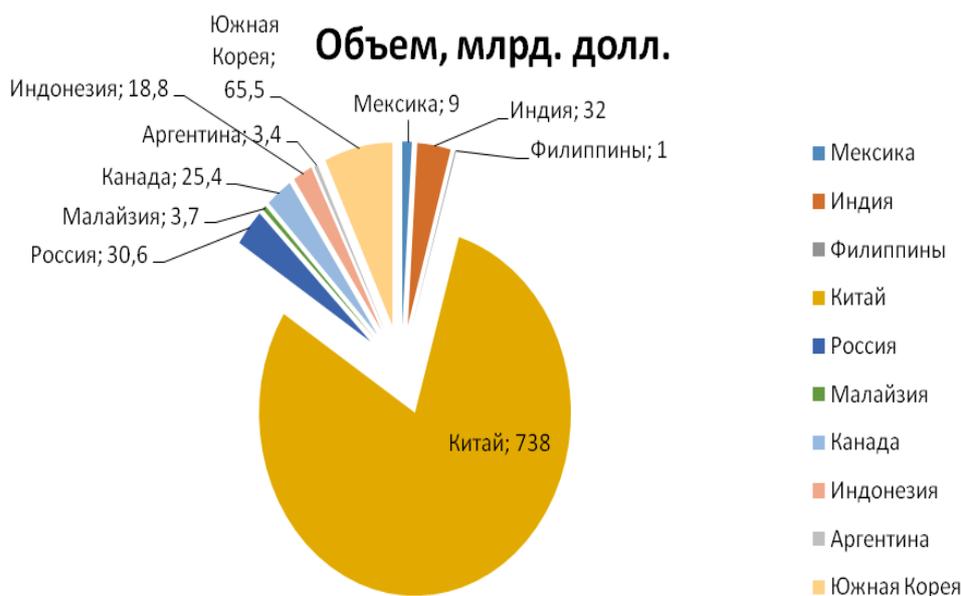
Электронная торговля является самым быстроразвивающимся и на данном этапе самым распространенным сегментом Интернет-коммерции в России и в мире в целом.

Интернет-торговля – это вид торговли, которая осуществляется при помощи компьютера и сети Интернет.

Развитие Интернет-коммерции положительно сказывается на мировой экономике и стабилизирует ее развитие по следующим причинам:

- Интернет-коммерция стимулирует развитие различных субъектов рынка;
- Происходит ускорение оборота денежных средств за счет использования электронных платежей;
- Увеличивается прирост инвестиций в производственную сферу как внутри страны, так и из-за рубежа;
- Происходит улучшение или создание новых видов услуг и сервиса;
- Создаются комфортные условия для открытой конкуренции;
- Увеличивается рост и продвижение новых товаров и услуг [6].

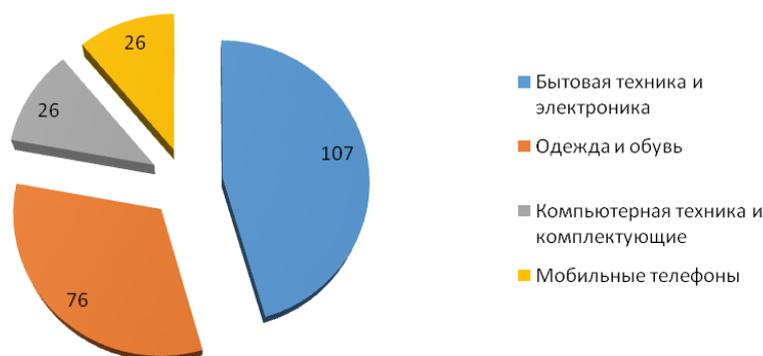
О развитии Интернет-торговли в мире свидетельствует диаграмма, которая отражает объемы рынка Интернет-торговли в ряде стран за 2019 г.



Р и с . 1. Объем рынка Интернет-торговли в мире в 2019 г., млрд долл.
 Источник: составлено по данным: Рост – eMarketer

Как видно на рис. 1, лидирует Китай с объемом рынка в 738 млрд долл., на втором месте Южная Корея – 65,5 млрд долл., затем следуют Индия – 32 млрд долл., Россия – 30,6 млрд долл., Канада – 25,4 млрд долл., Индонезия – 18,8 млрд долл., замыкают Мексика 9 млрд долл., Малайзия – 3,7 млрд долл., Аргентина – 3,4 млрд долл. и Филиппины – 1 млрд долл.

Сравнивая динамику последних нескольких лет, становится очевидным и понятным, что максимально быстро развивается эта технология торговли в Китае. Что касается России, то структура и объем рынка Интернет-торговли в нашей стране за 2019 г. представлена на рис. 2.



Р и с . 2. Объем рынка Интернет-торговли в России за 2019 год, млрд. руб.
 Источник: составлено по данным: Рост – eMarketer

Кроме того, на рис. 2 отображена пятерка лидирующих категорий по обороту капитала, которая включает:

- бытовая техника и электроника – 107 млрд руб.;

- одежда и обувь – 76 млрд руб.;
- компьютерная техника и комплектующие – 45,6 млрд руб.;
- автозапчасти – 26 млрд руб.;
- мобильные телефоны – 26 млрд руб.

Деятельность интернет-магазинов и оплата в нем покупок регулируется поправкой к ФЗ № 54 «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных кошельков» [1].

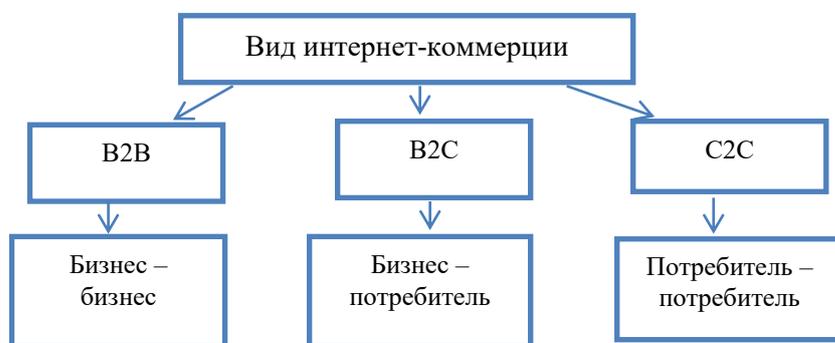
Необходимо отметить, что развитие электронной коммерции оказывает положительное влияние на экономику страны и мировую экономику, так как ускоряет оборот денежных средств, увеличивает прирост инвестиций и расширяет ассортимент новых товаров и услуг. Однако главной проблемой в современном обществе является создание правильной политической стратегии ведения, регулирования и развития бизнеса в Интернете, т. к. эта тема недостаточно освещена из-за новизны ее появления.

Исходя из разных определений в различных источниках, можно сказать, что электронная коммерция – это автоматизированная коммерческая деятельность, целью которой является продажа и продвижение различных товаров и услуг непосредственно от производителя к потребителю. Это происходит посредством информационных технологий через сеть Интернет с использованием цифровой техники, а также учитываются специальные правовые нормы, стандарты, протоколы, классификаторы [6].

Многие считают, что к категории Интернет-коммерция можно отнести любой бизнес, который характеризуется взаимодействием субъектов с помощью сети Интернет.

К данной категории относят следующие формы бизнеса: Интернет – магазины; электронные биржи; аукционы; рекламные агентства; торговые площадки; туристические агентства; страхование; обучение и др. [6].

Можно выделить 3 основных вида Интернет-коммерции (рис. 3).



Р и с . 3. Виды Интернет–коммерции

1. Схема B2B – предприятие торгует с другим предприятием. Интернет-платформа значительно упрощает проведение операций и делает торговлю более прозрачной. Эта схема на сегодняшний день – одна из наиболее развивающихся и перспективных.

2. Схема B2C – предприятие торгует непосредственно напрямую с клиентом (физическим лицом), т. е. это продажа товаров в розницу.

3. Схема С2С – происходят сделки между двумя потребителями, причем ни одна из сторон не является предпринимателем (юридическим лицом). Такой вид интернет-коммерции происходит на сайтах Интернет-аукционов.

Электронный бизнес базируется на следующих организационных принципах:

1) основная деятельность физических и юридических лиц, которые организуют бизнес, направлена на получение денежного дохода или прибыли;

2) для получения успеха в бизнесе необходимо проводить маркетинговые исследования, для того чтобы определить потенциальных клиентов и их потребности;

3) управление электронной коммерцией предприятия должно быть оперативным, учитывать возможные риски, а также изменение экономической и политической ситуации в стране [6].

В системе электронной коммерции можно выделить следующих участников деловых операций: клиент-покупатель (потребитель), имеющий доступ в Интернет; предприятие (фирма), ведущее экономическую деятельность через сеть Интернет; правительство, бюджетная организация, руководство; служащий, работающий по найму; биржа; партнер.

В электронной коммерции есть свои преимущества и недостатки (табл. 1).

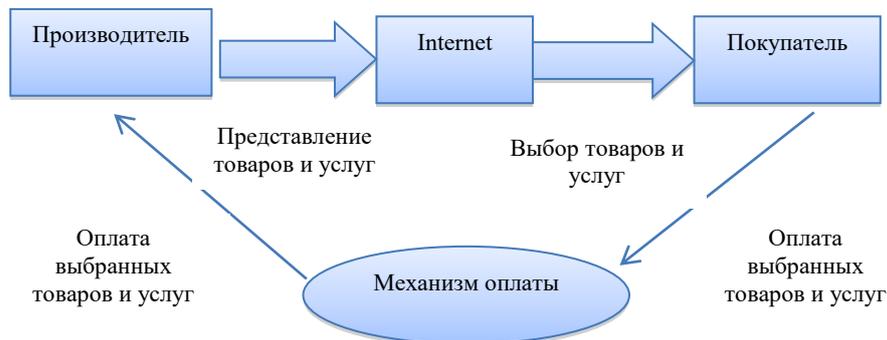
Таблица 1

Преимущества и недостатки Интернет-коммерции

Преимущества	Недостатки
Оперативное предоставление и получение информации о товарах и услугах.	Наличие сомнений и недоверия субъектов электронной торговли и потребителей по поводу достоверности информации о товарах и услугах.
Минимальное время между производством и продажей.	Возникновение сложностей при регистрации и ведении юридических дел для предприятия в электронном бизнесе.
Уменьшение затрат, которые связаны с передачей информации из-за использования дешевых коммуникаций.	Не все потребители товаров имеют возможность оплачивать свои покупки через электронную систему.
Упрощение информирования партнеров и клиентов о товарах и услугах.	Большой риск мошенничества.
Расширение возможных рынков сбыта при помощи электронных магазинов и сайтов.	В процессе приобретения товара продавец не может оказать влияние на покупателя, тем самым не может помочь ему в правильном решении.
Отсутствуют временные ограничения, бизнес работает круглые сутки.	Отсутствует возможность рассмотреть товар вживую.
Наличие большого выбора и возможность сравнения товаров и услуг разных производителей и фирм.	
Наличие оперативной и разнообразной доставки товаров покупателям или партнерам.	
Предоставляется широкий перечень товаров и услуг в различных сферах, например медицина, страхование, образование, коммунальные услуги и пр.	
Невысокий первоначальный капитал.	

Источник: составлено по [6].

Субъектами процесса электронной торговли являются: продавец, покупатель, банкир, агент доставки, агент обслуживания. На рис. 4 представлена схема электронной коммерции.



Р и с . 4. Схема электронной коммерции

Источник: составлено по [6].

Предметом Интернет-торговли может являться товар, услуга, информационный продукт и даже недвижимость.

Предприятия и фирмы ведут свои коммерческие сделки, и другие операции благодаря сети Интернет в режиме реального времени – он-лайн.

Для электронной торговли нет четких рамок сферы деятельности, но есть определенные виды деятельности, где такая торговля вне конкуренции:

- дистанционное обучение;
- сетевые развлечения;
- коммерческая информация;
- консультации;
- продажа компьютерных программ и прочее.

Интернет-торговля это в первую очередь торговля. Как одна из разновидностей бизнес-процесса электронная торговля является постоянным воспроизводством сделок по купле-продаже и включает в себя следующие процессы:

1. знакомство покупателя с предметом покупки;
2. согласование сторон с условиями купли-продажи;
3. исполнение условий сделки обеими сторонами;
4. поддержание количества запасов на нужном уровне;
5. ведение маркетинговых исследований и управленческого учета квалифицированными работниками.

Одним из главных преимуществ электронной коммерции является удобство совершения покупок при помощи банковских карт.

В связи с большим ростом организаций электронной коммерции необходимо рассмотреть особенности учетной политики этого вида деятельности.

Те организации и индивидуальные предпринимателя, которые занимаются торговлей в розницу через Интернет, имеют право применять либо общую или упрощенную систему налогообложения. В зависимости от выбора системы налогообложения необходимо определить порядок ведения бухгалтерского и налогового учета в интернет-магазине. Если это будет

упрощенная система налогообложения, тогда ведение бухгалтерского учета будет происходить в упрощенном варианте. Но в этом случае существуют определенные ограничения, установленные Налоговым Кодексом РФ по следующим показателям: величина выручки, численность работников, балансовая стоимость основных средств (ОС).

Не могут использовать УСН те интернет-магазины, у которых величина выручки в год превышает 150 млн руб., балансовая стоимость основных средств на конец периода составляет более 150 млн руб., а численность работников составляет более 100 человек.

К основным операциям интернет-торговли относят:

- создание и обслуживание сайта;
- покупка и продажа товара;
- доставка товара;
- возврат товара;
- коммерческие и прочие расходы.

Согласно Федеральному закону «О бухгалтерском учете» от №402-ФЗ 06.12.2011, Положению по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, Положениям по бухгалтерскому учету (ПБУ), а также Федеральному закону «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» №356-ФЗ от 27.11.2017 предусматривается единый подход к налогообложению для всех предпринимателей, которые занимаются электронной коммерцией, организацией бухгалтерского учета [2, 3].

Бурное развитие электронной коммерции оказывает позитивное влияние на мировую экономику. Следует рассмотреть вопрос по обложению налогами этого вида деятельности, т. к. здесь возникают определенные проблемы и сложности. Организация экономического сотрудничества и развития разработала основные принципы и подходы к налогообложению электронной коммерции. Однако, российское законодательство их учитывает не полностью, что затрудняет развитие электронной коммерции.

Одной из проблем для России является то, что она не учитывает оценку текущего состояния рынка электронной коммерции, не ведётся государственный статистический учёт данной сферы деятельности, который бы отражал статистические данные по основным показателям.

Во всем мире существуют схожие проблемы в налогообложении электронной коммерции, одна из них состоит в определении, в какой бюджет должны поступать налоги в том или ином случае. Специфика осуществления деятельности в данной сфере и непроработанность специальных рычагов налогового контроля приводят к большим налоговым потерям во многих странах. В связи с этим можно сделать вывод, что принципы налогообложения должны защищать интересы каждой страны, а налоговые поступления должны быть справедливыми.

Это недопустимо, что с одной стороны происходит двойное налогообложение, а с другой стороны – есть возможность ухода от налогообложения. Напрашивается вывод об отсутствии необходимости введения новых налогов и о наличии целесообразности приспособления имеющихся налогов к существующей практике расчета и уплаты налогов.

Так, если взять небольшие организации электронной коммерции, то они имеют возможность менять местоположение, иметь малый штат сотрудников и малые офисные помещения, не имеют собственных складов, что позволяет таким организациям не платить налоги. Они являются трудно облагаемыми налогоплательщиками и обычные методы налогообложения для них не подходят.

Также, требует специального налогового регулирования электронная коммерция, которая осуществляется между несколькими странами.

Как известно, налоги подразделяются на прямые и косвенные. К прямым налогам относятся налог на прибыль, к косвенным – НДС, акцизы.

Одна из проблем в международной электронной коммерции состоит в определении страны для уплаты налога на прибыль. Данный налог необходимо уплачивать в той стране, где зарегистрирована организация электронной коммерции. Однако подобные организации, просто предлагающие свои товары и услуги через Интернет, могут не иметь постоянного представительства ни в одной стране мира.

Приобретение товаров в России через зарубежные электронные магазины НДС не облагается, а в странах ЕС, напротив, облагается. В РФ существуют самые мягкие ограничения при взимании платежей за международные почтовые отправления. Это конечно говорит о росте электронной коммерции в России, но в свою очередь это и отрицательный фактор, который позволяет импортным товарам поступать на нашу территорию без уплаты пошлин, что является большим минусом для развития экономики нашей страны, а, следовательно, и поводом для снижения налоговых поступлений в бюджеты различных уровней [5].

Исходя из Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, реализация товаров через интернет-магазины относится к коду ОКВЭД – 52.61.2 или к коду ОКВЭД 2 – 47.91. Это намного сокращает расходы продавцов и дает возможность устанавливать более низкие цены на товары [7].

В бухгалтерском учете в составе доходов от обычных видов деятельности признается выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг) (п. 5, 6.1, 12 ПБУ 9/99) [7]. Фактическая себестоимость проданного товара одновременно с признанием дохода учитывается организацией в составе расходов по обычным видам деятельности и формирует себестоимость произведенных продаж (п. 5, 7, 9, 16, 18, 19 ПБУ 10/99) [4].

Предприятия электронной коммерции, относящие себя к малым или средним, имеют право применять налоговые льготы или специальный режим налогообложения.

Все перечисленные виды налогообложения в деятельности электронной коммерции являются основными хозяйственными операциями. Также как и в обычном магазине, учет в интернет-магазинах ведется на основании существующих первичных учетных документов, таких как чеки, квитанции, путевые листки, акты выполненных работ и т. д.

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать вывод, что отсутствие необходимого оборудования для оценки объемов продаж на просторах Интернета не позволяет налоговым органам оценить их реальные объемы. Поэтому налогообложение зачастую проводится формально. Также нет

эффективного способа, чтобы заставить иностранные организации встать на учет в качестве налогоплательщиков на территории Российской Федерации, и как следствие – отсутствует механизм контроля и полноты исчисленного и уплаченного НДС.

Список литературы

1. Федеральный закон "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации" от 22.05.2003 N 54-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Федеральный закон «О внесении изменений в статьи 25.1 и 25.2 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 27.11.2017 N 356-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru.1>
3. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru.3>
4. Информационное сообщение Минфина России от 26.07.2017 N ИС-учет-8 «Новое в бухгалтерском законодательстве: факты и комментарии» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru.2>
5. Абдулаев З. Проблемы налогообложения в условиях развития электронной коммерции / [Электронный ресурс] // Finance.uz. – 2016. – URL: <https://finance.uz/index.php/ru/fuz-menutechnology-ru/2856-problemy-nalogooblozheniya-v-usloviyakh-razvitiya-elektronnoj-kommertsii>
6. Бриллиант Е.В. Электронная торговля и перспективы развития бизнеса в сети Интернет // Сборник: Наука и образование в современной России: региональный и федеральный контекст Материалы международной научно-практической конференции. АНО СКАИТОН. 2014. С. 11–14.
7. Бурсулая Т.Д. Интернет-магазин: бухгалтерский и налоговый учет // Бухгалтерский учет. 2016. № 10.

Об авторах:

ГРУШКО Елена Сергеевна – кандидат экономических наук, заведующая кафедрой бухгалтерского учета Института экономики и управления, Тверской государственный университет (170000, Тверь, Желябова, д. 33), e-mail: e-s1958@mail.ru, ORCID: 0000-0002-4015-1642, Spin-код: 3902-5164. ID711531.

МОЛОДКИН Максим Анатольевич – обучающийся 2 курса группы 97В/МЭ181БН/2018 Направления подготовки: 38.04.01 ЭКОНОМИКА Магистерской программы: Бухгалтерский и налоговый учет в коммерческих организациях, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (115093, г. Москва, Стремянный пер., 36), e-mail: mmatver@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8843-8271.

FEATURES OF E-COMMERCE OPERATION

E.S. Grushko¹, M.A. Molodkin²

¹FSBOU VO "Tver State University", Tver

²Plekhanov Russian Economic University, Moscow

The purpose of the article is to consider the peculiarities of the formation of accounting policy in electronic commerce organizations. The rapid development of Internet technologies and their wide dissemination in all spheres of life and in particular in e-commerce make it possible to speak about the relevance of the topic under consideration. The article describes the concept of e-commerce, addresses the problems and complexities of taxation and accounting. The element of scientific novelty is the identification of taxation problems in e-commerce at the present stage.

Keywords: *Internet technologies, e-commerce, Internet commerce, online store, Internet commerce, Internet resources, accounting, tax accounting, website, technology, information.*

About the authors:

GRUSHKO Elena Sergeevna – Philosophy Doctor in Economics, Head of Accounting Department, Institute of Economics and Management, Tver State University, (33, Zhelaybova St. Tver, 170000), e-mail: e-s1958@mail.ru

MOLODKIN Maksim Anatol'evich – 2 courses of the group 97B/МЭ181БН/2018 Training directions: 38.04.01 ECONOMICS OF THE MASTER PROGRAM: Accounting and Tax Accounting in Commercial Organizations, Pleanov Russian Economic University (115093, Moscow, Stremyanniy Per., 36), e-mail: mmatver@gmail.com

References

1. Federal'nyj zakon «O vnesenii izmenenij v stat'i 25.1 i 25.2 Federal'nogo zakona «O razvitii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii» ot 27.11.2017 N 356-FZ (poslednjaja redakcija) [Jelektronnyj resurs] – Rezhim dostupa: <http://www.consultant.ru>.
2. Informacionnoe soobshhenie Minfina Rossii ot 26.07.2017 N IS-uchet-8 «Novoe v buhgalterskom zakonodatel'stve: fakty i kommentarii» [Jelektronnyj resurs] – Rezhim dostupa: <http://www.consultant.ru>.
3. Federal'nyj zakon «O buhgalterskom uchete» ot 06.12.2011 N 402-FZ (poslednjaja redakcija) [Jelektronnyj resurs] – Rezhim dostupa: <http://www.consultant.ru>.
4. Federal'nyj zakon "O primenenii kontrol'no-kassovoj tehniki pri osushhestvlenii raschetov v Rossijskoj Federacii" ot 22.05.2003 N 54-FZ (poslednjaja redakcija) [Jelektronnyj resurs] – Rezhim dostupa: <http://www.consultant.ru>
5. Abdulaev Z. Problemy nalogooblozheniya v usloviyah razvitija jelektronnoj kommercii / [Jelektronnyj resurs] // Finance.uz. – 2016. – URL: <https://finance.uz/index.php/ru/fuz-menutechnology-ru/2856-problemy-nalogooblozheniya-v-usloviyakh-razvitiya-elektronnoj-kommertsii>
6. Brilliant E.V. Jelektronnaja trgovlja i perspektivy razvitija biznesa v seti Internet // Sbornik: Nauka i obrazovanie v sovremennoj Rossii: regional'nyj i federal'nyj kontekst Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. ANO SKAITON. 2014. S. 11–14.
7. Bursulaja T.D. Internet-magazin: buhgalterskij i nalogovyj uchët // Buhgalterskij uchët. 2016. № 10.