

В заключение следует отметить, что грамотное использование возможностей государственной политики и предпринимательского сектора по адаптации науки и инновационной сферы к мировым тенденциям может создать необходимую базу для развития новых прогрессивных технологий и методов хозяйствования на основе эффективного использования разноформационных знаний, что в конечном итоге будет способствовать достижению амбициозной стратегической цели вхождения РФ в состав ведущих стран мира по экономической мощи.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Россия, вперёд! Статья Дмитрия Медведева // <http://www.kremlin.ru/news>.
2. Фатхутдинов Р.А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю. М.: РИА «Стандарты и качество», 2009. 464 с., ил.
3. Проблемы инноваций в России // <http://www.russianelectronics.ru/leader-r/news/26689/doc/45119/>
4. ВШЭ: за 2005-2009 гг. число предприятий, внедрявших инновации, сократилось // <http://liberty.ru/events/VSHE-za-2005-2009-gg>.
5. The Information Technology and Innovation Foundation — ITIF: Рейтинг Фонда информационных технологий и инноваций в 2009 г. // <http://www.itif.org/>
6. Economist Intelligence Unit: Индекс конкурентоспособности IT-отрасли в странах мира в 2009 году. <http://gtmarket.ru/news/state/2009/09/20/2179>
7. Долгосрочный прогноз развития экономики России на 2007-2030 гг. (по вариантам) Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. // [http://www.perspektivy.info/rus/ekob/dolgosrochniy\\_prognoz\\_razvitiya\\_ekonomiki\\_rossii\\_na\\_2007-2030\\_gg\\_po\\_variantam](http://www.perspektivy.info/rus/ekob/dolgosrochniy_prognoz_razvitiya_ekonomiki_rossii_na_2007-2030_gg_po_variantam).
8. Концепция социально-экономического развития России на период до 2020 года.

**Ирина Ивановна ОГОРОДНИКОВА** —  
доцент кафедры финансов,  
денежного обращения и кредита,  
кандидат социологических наук  
[iogorodn@yandex.ru](mailto:iogorodn@yandex.ru)

Международный институт финансов,  
управления и бизнеса  
Тюменского государственного университета,

УДК 336.22

---

#### **РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ: НАЛОГОВЫЙ АСПЕКТ**

#### **BUSINESS DEVELOPMENT IN INTERNET: TAX ASPECT**

**АННОТАЦИЯ.** Налогообложение электронной коммерции в России происходит с использованием существующих систем налогообложения, но специфика сети Интернет не позволяет в полном объеме отследить уровень денежных потоков, подлежащих налогообложению.

**SUMMARY.** The taxation of electronic commerce in Russia occurs with the help of existing systems of taxation, but the specific character of Internet does not allow to trace the real level of cash flows which are subject to taxation.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА.** Электронная коммерция, бизнес, налоги.

**KEY WORDS.** Electronic commerce, business, taxes.

Современный этап развития общества в двадцать первом веке характеризуется постепенным внедрением во все сферы жизнедеятельности электронных технологий. Постиндустриальная экономика с преобладающей долей услуг в перспективе отдаляется от материальной основы и приближается к цифровой, где осуществляется активное использование продукции информационного характера. Глобальное развитие сети Интернет предопределяет проникновение онлайн-возможностей. Стало необходимым и доступным электронное правительство, интернет-образование для учителей школ, научных работников, налоговых инспекторов и прочих категорий служащих, которые в силу ограниченных технологических возможностей не прибегали к использованию интернета в своей профессиональной деятельности. Преимущества и уникальность обуславливается возможностью быстрого и доступного, сравнительно дешевого средства обмена информацией.

Интернет постоянно преобразуется: вводятся дополнительные сервисы, увеличивается скорость доступа пользователей, улучшение каналов подключения. Развивается новое перспективное направление в рекламном бизнесе — таргетинг (специфика показа рекламных объявлений в зависимости от социально-демографических характеристик пользователей, его интересов, поведения в сети). Банковская деятельность активно внедряет интернет-эквайринг (услуги по организации приема банковских карт международных платежных систем через интернет с целью оплаты товаров и услуг) и т.п.

Состояние экономики в период преодоления кризисных последствий 2008 г. на данном этапе определяется различными показателями, в частности, все сферы деятельности народного хозяйства показывают снижение основных социально-экономических показателей, в частности, прибыли. Информационный бюллетень ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) показывает, что Интернет — это единственный сегмент медиа, который показал рост рынка на 11% в 2009 году [3]. Проанализировав данные табл. 1, можно сделать вывод, что пользователи все в большей степени отдают предпочтение электронной коммерции.

Таблица 1

**ТОП-5 запросов, связанных с покупками (апрель, г. Тюмень)**

№	Поисковый запрос		Количество показов в Yandex
1	Магазин	69900	
2	Интернет-магазин	23035	
3	Куплю	94812	
4	Купить	91903	
5	Товар	16794	

Согласно исследованиям независимого исследовательского центра РОМИР российская аудитория интернета от 18 лет и старше имеет численность 9,2 млн человек и включает общую численность пользователей (максимальная аудитория), в том числе и единичных, которые впоследствии не намерены продолжать посещение интернета. Для бизнеса учитывается численность активных пользователей, в этом случае для расчета берется аудитория, состоящая из тех, кто проводит в интернете не менее часа в неделю: ее предположительная числен-

ность составляет 1,8 млн человек. Кроме того, насчитываются еще 900 тыс. человек, которые проводят в интернете не менее 3 часов в неделю [4]. По данным ROSO Дайджест, за май 2010 года по сумме показателей развития интернета первое место среди российских регионов занимает Урал. По данным Фонда общественного мнения, 36% населения Уральского округа пользуется интернетом раз в полгода, для сравнения: в 2008 г. — 28%. Разнообразная аудитория интернета представлена на рис. 1 [3].

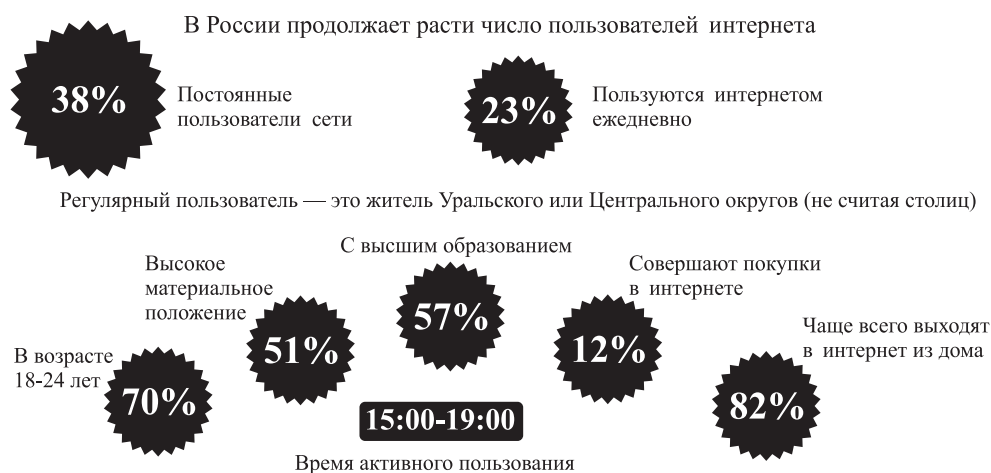


Рис. 1

Портрет среднестатистического тюменского пользователя интернета несколько отличается от среднестатистического россиянина — это мужчины и женщины в возрасте от 23 до 35 лет, состоящие в зарегистрированном браке, по статусу — специалисты и руководители подразделений, имеющие среднее специальное или высшее образование, по уровню дохода входящие в группу тех, кто иногда может позволить себе крупную покупку. В 2008 г. интернет-аудитория Тюмени насчитывала около 350 тыс. человек, по опубликованным данным объем среднесуточной аудитории достиг 99,56 тыс. пользователей в марте 2010 года [3].

Положительным явлением данного процесса является существенное снижение оплаты за пользование домашним интернетом и наполнение рынка предоставляемых услуг с привлечением разных компаний, занимающихся предоставлением услуги интернет [3].

Для бизнеса сеть предоставляет неограниченные возможности. В качестве средства связи интернет является наиболее дешевым для передачи информации в различных ее формах и в любое время суток. Так, например, с помощью сети в режиме реального времени можно управлять персоналом, находящимся в удаленных точках, обособленных подразделениях, филиалах. Существенным преимуществом варианта использования интернет-технологий является возможность осуществления трудовой деятельности в домашних условиях, привлечения надомного труда, что вовлекает в общественно-полезный труд огромную армию молодых мам, студентов, инвалидов, а также живущих в отдаленных местностях специалистов. Преимущества использования надомного труда заключаются в снижении затрат по содержанию специального помещения или отсутствию как



таковом офисе и соответственно расходов на покупку или аренду, затрат на проезд до места работы и обратно. Бизнес использует интернет-технологии для расширения своих возможностей, осуществляя таким образом поиск новых клиентов, обмен данными с партнерами.

Тенденции современного состояния предлагают развивать бизнес полностью с помощью интернета. Основные направления деятельности, выявленные по результатам исследований центром РОМИР:

- электронная торговля, в том числе продукты через интернет;
- электронные билеты, в том числе торговля билетами на концертно-зрелищные мероприятия;
- электронные авиабилеты;
- интернет-магазины (предприятия малого и среднего бизнеса);
- аукционы;
- web-витрины (для предприятий малого бизнеса);
- отраслевые торговые площадки;
- торговые интернет-системы (крупные торговые предприятия, корпорации, холдинги) [4].

Основными субъектами электронной коммерции, как и обычной, являются продавец и покупатель. Однако данные отношения постоянно претерпевают существенные изменения в зависимости от классификации происходящих операций. Наличие сопровождающих структур (финансовые операторы, процессинговые компании, авторизационные центры, платежные системы, виртуальные деньги) также оказывают влияние на процесс ведения бухгалтерского и налогового учета. Отсутствие конкретных указаний зачастую приводит к возникновению чувства неопределенности и возможности трактовки произведенной операции по своему усмотрению. Арбитражная практика, на которую можно было бы ориентироваться в решении возникающих проблем и вопросов, также не дает четких ответов.

Совершенствование международных отношений привлекает потенциальных инвесторов и автоматически стирает географические границы рынка товаров и услуг, где отступают на второй план языковые барьеры, сближаются профессиональные навыки специалистов разных стран — к особенностям проведения транзакций относится отслеживание движения денежных средств вне зависимости от местонахождения продавца и покупателя.

Взаимоотношения сети Интернет и налогов может осуществляться по нескольким направлениям. Во-первых, интернет является самодостаточным, постоянно функционирующим рынком товаров и услуг, соответствующим максимальным запросам и потребностям; во-вторых, с использованием сети возможно выполнение прав и обязанностей налогоплательщиков и налоговых органов.

Быстроразвивающаяся сеть виртуальной торговли, специфической деятельности, осуществляемой в интернете, вызывает нескрываемый интерес налоговых служб. Законодательной информации, регламентирующей порядок налогообложения операций именно сети Интернет, не предусмотрено. В лучшем случае профессиональная деятельность в сети Интернет квалифицируется как торговая или рекламная, либо подпадающая под данный вид деятельности.

Для того чтобы определить специфику налогообложения, необходимо проследить во взаимосвязи и взаимозависимости спектр деятельности в ин-

тернет: торговая, рекламная, консультационная, информационная, почтовая, прочие услуги. Движение денежных потоков в онлайн-пространстве отследить практически невозможно. Основное направление получения денежных средств выражается в безналичных платежах, осуществлении транзакций по пластиковым картам, но есть фирмы, которые за поставленный товар или оказанные услуги принимают платежи наличными через курьеров или специальные пункты.

В интернет-пространстве действуют различные субъекты: провайдеры, поисковые системы, разработчики и пользователи. Электронной коммерции даются разные определения. Электронная торговля приравнивается к специфической экономической деятельности, новизна которой состоит в использовании новых информационных технологий. С точки зрения налоговых органов интернет — новый способ общения между продавцом и покупателем, не отменяющий налоговых обязанностей, возникающих в результате проведения сделок. Однако, несомненно, налогообложение электронной коммерции имеет свои особенности.

Налогообложение сети Интернет в настоящее время происходит по принадлежности к той или иной операции, определенной условиями Налогового кодекса. Оказание услуг, в том числе услуг связи, торговая, рекламная деятельность подпадают под существующие режимы налогообложения — традиционная система, специальные налоговые режимы (гл. 26.1, 26.2, 26.3, 26.4 Налогового кодекса РФ).

На виртуальную торговлю также распространяются нормы налогового законодательства, которое напрямую не регулирует вопросы, связанные с налогообложением деятельности интернет-магазина, но к предпринимательской деятельности в виде розничной торговли при соблюдении определенных условий применяется система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (что определено ст. 346.26 Налогового кодекса РФ ст. 26.3). Функциональные различия наличного и безналичного оборота влияют на субъективизм в оценке налоговыми инспекторами платежных расчетов, осуществляемых через интернет пластиковыми картами. При этом Департамент налоговой политики Министерства финансов периодически направляет разъяснения, которые иногда еще больше усугубляют создавшуюся ситуацию и противоречат основам Налогового кодекса. Кроме того, в решении спорных вопросов соблюдается приоритет налогового законодательства над письмами и разъяснениями законодательных структур в сфере налогообложения, в том числе сети Интернет.

Существующие нормы и правила, определяющие поведение компании как налогоплательщика, были разработаны достаточно давно и во многом не учитывают специфику электронной коммерции, виртуальную природу товаров и услуг, перемещающихся по сети Интернет.

Новации российского законодательства, касающиеся налогообложения компаний-производителей и продавцов программного обеспечения, вступившие в силу с 1 января 2008 г., затронули интернет-магазины. В частности, новые требования к продавцам программного обеспечения указаны в четвертой части Гражданского кодекса и в ст. 1 Федерального закона от 19 июля 2007 года № 195 ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования благоприятных налоговых условий для

финансирования инновационной деятельности», вступивших в силу с 01 января 2008 года.

Федеральная налоговая служба неоднозначно относится к вопросам налогообложения всемирной паутины и считает, что товарно-денежные отношения в виртуальной сети располагают огромными неучтенными денежными средствами. Существующая в стране правовая база не способствует урегулированию стремительно возникающих вопросов и проблем, потому что ни Налоговый кодекс, ни Гражданский кодекс, ни Уголовный кодекс не содержат соответствующих статей. Классифицировать интернет как одно правовое поле невозможно, так как природа производственно-хозяйственной деятельности и жизнедеятельности человека разнообразна. В связи с вышеизложенным возникают два принципиально разных подхода к взиманию налогов: с одной стороны, интернет оценивается как традиционная форма ведения бизнеса, с другой — необходима новая форма налогообложения. Инспекция федеральной налоговой службы трактует деятельность онлайн-новаций как определенный вид деятельности (реклама, услуги, торговля и т.п.). Безусловно, хозяйственные операции, протекающие в сети имеют ту же основу, что и операции, происходящие в реальном пространстве. Поэтому применение существующего законодательства обеспечивает легитимность деятельности, которая осуществляется в сети Интернет. В то же время нельзя не признать, что есть случаи, когда невозможно определить, каким образом использовать элементы налогообложения, поэтому создание прецедентов должно способствовать формированию правовых норм и законодательных актов, регулирующих различную деятельность в интернете. Еще один аспект проблемы связан с интернациональностью, участием в экспортно-импортных операциях субъектов различных стран. Немаловажную роль в этом случае играет учет осуществления международных транзакций, а это уже специфика и особенности международного налогообложения; необходимо наличие соглашений между странами об избежании двойного налогообложения сделки, что подтверждается соответствующей конвенцией, которая принята организацией экономического сотрудничества и развития.

Первоначально инициатором введения глобального «налога на бит» («bit tax») выступила ООН, с каждого передаваемого мегабита данных планировалось взимать от 1 до 1,5 центов. Теоретически оценивать общее число битов, используемых компьютером в течение всего сетевого соединения, возможно, однако взимание НДС на данном этапе считается некорректным. К потребленной стоимости цифровых коммуникаций он не имеет отношения, потому что эти связи носят нематериальный характер, к тому же добавленная стоимость не создается. Наконец, неприемлемо облагать одинаковой суммой налога операции, которые приносят разные доходы. А налогообложение, основанное на потреблении битов, не учитывает связь со стоимостью переданной информации. Тем не менее, налоговый аспект рассматривается в международной Организации экономического сотрудничества и развития.

Конгрессом США был установлен и продлен мораторий на введение новых специальных налогов на интернет, что способствовало развитию электронной коммерции в Америке и повлияло на принятие решений в общемировом пространстве. В то же время признано: бизнес в интернете не может быть полностью освобожден от налогообложения, а также таможенного и валютного регулирования, в противном случае нарушаются основные рыночные принци-



пы, в частности, равенство условий конкуренции. Предлагается сформировать многонациональную комиссию, сотрудничество которой с правительственными органами разных стран позволило бы разработать законы, применимые к сети Интернет.

Наиболее значимый налог — налог на добавленную стоимость — за последние несколько лет подвергся существенным изменениям в механизме его исчисления. Расчет налога определяется исходя из реализации продукции, товаров, работ, услуг. В общепринятой практике взимания он считается налогом на потребление. Исключить данный налог из налоговой нагрузки бизнеса в интернете позволит только применение упрощенной системы налогообложения.

Немаловажную роль в осуществлении налогового планирования России и зарубежных стран играет использование оффшорных механизмов. Образование веб-серверов и налогообложение разных видов деятельности не определено, поэтому многие компании размещают свои серверы в свободных экономических зонах. Наиболее распространенные оффшорные зоны — Кипр, Мальта, Гонконг, Ирландия и др. активно претендуют на передовые позиции центров электронной коммерции, интенсивно развивая с этой целью телекоммуникационную инфраструктуру. Весь спектр предоставляемых услуг основывается на применении налоговых льгот, существенного снижения уровня налоговых платежей. Электронная торговля использует возможности оффшорных зон, привлекая все большее количество участников.

Проведенный опрос общественного мнения относительно налогообложения электронной коммерции выявил следующие позиции:

- объектом налогообложения являются полученные мегабайты — 4%
- налогообложение осуществляется по местонахождению получателя товара, услуги — 3%
- налогообложение осуществляется по местонахождению продавца — 8%
- объектом налогообложения является деятельность провайдеров — 13%
- отсутствие налогообложения в сети Интернет — 67%
- другие ответы — 5%. [4]

При прочих равных условиях отечественные бизнесмены намерены добиваться признания роли интернета как важнейшего катализатора экономического роста, введения налоговых льгот на инвестиции в информационные технологии с целью ускорения развития сектора, а также осуществлять лоббирование законов и нормативных актов против спама. Введение системы обеспечения информационной безопасности и принятие соответствующих законодательных норм с целью создания унифицированных механизмов позволит скоординировать действия налоговых органов и аналогичных служб и соответственно развивать и совершенствовать информационно-телекоммуникационную инфраструктуру.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. [www.oborot.ru](http://www.oborot.ru) от 01.12.2009.
2. [www.72.ru](http://www.72.ru) от 30.04.2010.
3. [www.rosogroup.ru](http://www.rosogroup.ru) от 25.02.2010.
4. [www.romir.ru](http://www.romir.ru) от 01.12.2009.