

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

УДК 347.7

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

© 2014 Р.Ф. Азизов*

Ключевые слова: регулирование, электронная коммерция, налогообложение, налоговая система, Интернет.

Рассмотрены правовые основы фискальной политики в сфере электронной коммерции. Особое внимание уделяется регулированию данной сферы.

Глобализация обусловила эпохальную перемену, которая выражается в переходе к “логике совместной деятельности” в социально-духовном сознании. Это превращает диалог, коммуникации, взаимовлияние, взаимосвязь в составной элемент становления различных сфер духовной жизни - науки, искусства, религии, этики, права и пр. Коммуникативное пространство современного государства обеспечивается функционированием средств массовой коммуникации и, в первую очередь, Интернета.

Бурное развитие информационных технологий на современном этапе развития цивилизации привело к возникновению новых форм существования человеческого общества¹. Революционное воздействие этих технологий охватывает образ жизни людей, их образование и работу, а также взаимовлияние правительства и гражданского общества. Информационные технологии становятся жизненно важным стимулом развития мировой экономики².

Главной особенностью электронной коммерции считается трансграничная реализация товаров посредством Интернета. Развитие информационных технологий заложило фундамент для ведения бизнеса при помощи электронных средств и способствовало коренным изменениям, произошедшим в экономике в новом веке. В ведущих странах мира создание единой информационной системы форсировало ведение предпринимательской деятельности посредством электронных средств. По мнению специалистов, в ближайшем будущем торговля полностью перейдет в гипермир, а основную часть ВВП составят продукты и услуги информацион-

ного характера. Это означает появление новой экономики - интернет-экономики. В данной связи появилась потребность в рассмотрении юридических норм, финансов, налогов и в регулировании экономических отношений. Ведущие страны уже приняли ряд новых законодательных актов или же ввели поправки в существующие законы в сфере электронного бизнеса. В Азербайджане тоже предпринят ряд мероприятий для регулирования этой сферы: приняты законы “Об электронной коммерции”, “Об электронном документе и подписи”, добавлены положения об электронной коммерции в Гражданский кодекс, Кодекс об административных правонарушениях и в другие нормативные акты республики.

Традиционно между субъектами электронной коммерции - потребителями (consumers), предпринимателями (business), государственными органами (government) и финансовыми организациями) - имеются следующие виды деловых отношений:

♦ Business-to-Business (B2B) - форма интернет-бизнеса, возникшая на основе взаимодействия компаний друг с другом. В этом случае любая компания (субъект бизнеса) выступает в качестве и покупателя, и продавца;

♦ Business-to-Consumer (B2C) - модель состоит из деловых отношений между производителем и потребителем;

♦ Government-to-Consumer (G2C) - модель включает в себя услуги, оказанные потребителям через Интернет со стороны органов государственной власти.

Кроме упомянутых, в последнее время развивается бизнес-модель Consumer-to-Consumer (любые системы отношений, нала-

* Азизов Рашад Фикрат-оглы, кандидат юридических наук. - Санкт-Петербургский государственный университет. E-mail: vestnik_sgeu@mail.ru.

женные между потребителями посредством сети Интернет).

Постоянное развитие электронной коммерции и постепенное опережение ею традиционной торговли нуждаются в более тщательном анализе со стороны государства. Основной проблемой, стоящей перед ним, является процесс налогообложения электронной торговли. Европейский союз (ЕС) и Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) выступают против снижения налоговых ставок в процессе налогообложения данной сферы с целью привлечения международного капитала. С этой точки зрения, страны (особенно, офшорные зоны), применяющие низкие ставки налогов, благоприятны для электронной торговли в контексте “налоговой конкуренции”.

В условиях WEB 2.0, где в интернет-отношениях активно участвуют информационные посредники и “рядовые” пользователи, рассредоточенные по всем странам, проблема определения юрисдикции становится особенно актуальной. Этот момент становится очевидным при анализе проблем соотношения интернет-архитектуры и правового регулирования, очевидно, свидетельствуя о необходимости разработки принципиально нового, универсального подхода к определению юрисдикции в отношении интернет-споров³. Своеобразные характеристики электронной торговли - отсутствие географических границ, место заключения сделок, создание новых платежных систем и т.д. - являются причинами налоговых убытков даже в развитых странах. Налоговые органы сталкиваются с трудностями как на государственном, так и на международном уровне. По мнению ОЭСР, может быть нанесен ущерб крупного масштаба налоговой системе в результате сокращения налоговых доходов и государству будет крайне проблемным удовлетворить законные социальные требования своих граждан⁴. Указанный вопрос обуславливает интерес экономистов и государств к процессу налогообложения электронной коммерции.

Например, профессора Университета Теннесси (США) Виллиам Фокс и Дональд Брюс еще в 1999 г. оценивали потери налогообложения электронной торговли суммой в 1,2 млрд долл. Большая часть этой суммы (798 млн долл.) относится к сфере B2B. Од-

нако транзакции B2B в США не облагаются налогом, потому что налог взимается при продаже товара последнему потребителю. Вместе с тем, по мнению указанных профессоров, продукция (офисное оборудование, мебель и т.д.), необходимая бизнес-субъектам, должна быть привлечена к налогообложению. Ученые также отметили, что в 2012 г. потери такого вида составили 11,4 млрд долл. США⁵.

Регулирование данной сферы с точки зрения налоговой системы стало объектом обширного обсуждения в развитых странах. В первое время были озвучены различные мнения по поводу способа привлечения электронной коммерции к налоговой ответственности. Существует мнение о том, что сферу электронной торговли стоит вообще освободить от налогов. Этот подход предлагалось реализовать или принятием специального закона, или невмешательством государства. Также предлагалось внедрить в налоговую систему специфический налог, связанный с электронной коммерцией. Однако ни один из этих подходов не приемлем для государств. Первый подход подверг бы деформации базу налогообложения стран и привел бы к увеличению случаев уклонения от налогов. Второй же подход, ограничив пути развития электронной коммерции, сделает ее зависимой от налогов. Возникновение электронной коммерции как новой формы бизнеса и ее постоянное развитие не означают ее отстранения от нормальных налогов.

В рамках государств ОЭСР на конференции в 1998 г. в Оттаве были опубликованы принципы налогообложения электронной коммерции. Эти принципы (нейтральность, эффективность, обязательность и простота, справедливость и полезность, гибкость) были положительно восприняты со стороны стран - членов ОЭСР и субъектов бизнеса. Большинство стран приняли эти принципы как базу формирования системы налогообложения.

Самой главной трудностью в мировом масштабе для стран является возможность применения налоговой системы на международном уровне, поскольку у каждой страны существуют свои интересы в этой области. Налоговые органы сами определяют соответствующие законы и налоговые механизмы на территориях своей юрисдикции, однако есть потребность в регулировании Интернета как

базы для деятельности электронной торговли. Регулирование проблемы на международном уровне связано с унификацией налоговых систем различных государств. Главные работы проводятся со стороны Всемирной торговой организации и ОЭСР.

Как отмечалось, самая главная задача, с которой соглашаются страны, - это невведение новых налогов для привлечения электронной коммерции к налогообложению. Например, в США в данной связи установлен мораторий законом 1998 г. "Об освобождении Интернета от налогов", на основе которого услуги, оказываемые при помощи Интернета (за исключением сетевой продажи "физических" продуктов), освобождаются от налога с продаж на федеральном уровне. В странах ЕС электронная торговля, не отличаясь от обычной торговли, таким же образом подлежит налогу на дополнительную стоимость (НДС). Для всестороннего развития электронной коммерции в системе установления НДС Комиссия ЕС опирается на принципы юридической обязательности, простоты и нейтральности⁶. Указанные принципы возлагают одинаковое бремя как на местных, так и на иностранных субъектов предпринимательства.

Однако в ряде стран применяются налоговые новшества в сфере электронной коммерции. На основе закона, принятого парламентом Франции в 2010 г., электронные компании должны выплачивать налог в объеме 1 % за размещение рекламы в Интернете. Этот закон был принят для взимания налога на прибыль, полученную во Франции огромными компаниями (Google, Facebook,

Youtube), размещенными за пределами Франции, и был условно назван "налогом Google". Данный закон вступил в силу с января 2011 г.⁷

Увеличение доступа потребителей к высокоскоростному Интернету привело к значительному росту объема электронной торговли в секторе B2C. Вместе с тем, катализатором этого стали более широкий масштаб использования технологических средств субъектами бизнеса и стратегия создания непосредственной связи с потребителями с помощью Интернета. Согласно исследованию центра Emarketer, в 2014 г. сектор B2C на глобальной основе увеличится на 20,1% и будет составлять 1,5 трлн долл. США. Повышение произойдет в основном за счет развивающихся стран. Согласно исследованию, к концу 2014 г. оборот электронной торговли стран Азии - Тихого океана превзойдет показатели Северной Америки, где действовал самый большой рынок электронной коммерции. Нужно отметить, что лидирующей позицией в этой области обладает Китай. В то же время центр исследований дал прогноз B2C до 2017 г.⁸, представленный на рисунке.

В Азербайджане также наблюдается большой интерес к электронной коммерции. В республике впервые после принятия закона об электронной торговле в 2008 г. была организована компанией SilverKey Azərbaycan онлайн-система платежей GoldenPay, которая получила особую лицензию от компаний Visa и MasterCard⁹. Государственные учреждения и частные компании получают плату от потребителей по этой системе с помощью Интернета. Кроме того, Центральным банком Азербайджана 11 июля 2008 г. был

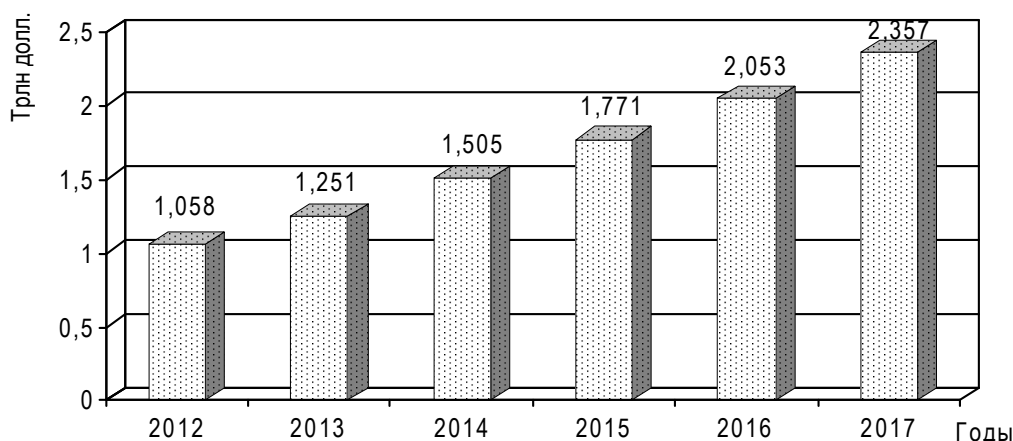


Рис. Прогноз B2C до 2017 г.

запущен новый компонент Национальной системы платежа - Централизованная система информации по массовым платежам¹⁰. Суть системы заключается в создании электронной базы абонентов по коммунальным и другим массовым услугам в республике, в предоставлении финансовым предприятиям, подключенным к системе, возможности узнать о своих долгах и совершить оплату с помощью современных механизмов.

Впервые в Азербайджане в секторе B2B действует портал электронной торговли через сайт B2B.az. Портал был создан министерством экономического развития Азербайджанской Республики и федеральным предприятием по международному сотрудничеству Германии. Главная функция портала заключается в создании деловых отношений посредством предоставления покупателям информации о производимых продуктах и услугах представителями бизнеса¹¹.

Наличие большого потенциала данной сферы и его развитие в текущих условиях создают определенную угрозу нормальному функционированию налоговой системы, но в то же время открывают новые возможности для развития бизнеса. Указанная особенность делает негативной роль государства в экономике, так как усиление контроля над электронной торговлей идет вразрез с необходимыми условиями для ее функционирования (установление гиперпространств, не разделенных границами государств, использование современных технологий для обеспечения безопасности сделок и т.д.).

С учетом отмеченного становятся ясны фискальные интересы государств в сфере электронной торговли. Налог - это самый важный инструмент государственной политики. Функциональность налоговой системы на должном уровне, помимо обеспечения стабильности государственного бюджета, создает условия для развития предпринимательства и также обеспечивает стабильность распределения доходов.

Исходя из природы электронной коммерции и исключительной роли частного сектора в ее развитии, можно предположить, что привлечение бизнеса к нормотворческому

процессу в сфере регулирования электронной коммерции может придать процессу сдерживающий характер. В свою очередь, это позволит избежать излишних фискальных мер, способных задушить электронный бизнес еще в зародыше. Такая форма интеграции частного сектора в процесс государственного регулирования вытекает из концепции совместного информационного, коммуникационного и правового регулирования, успешно имплементированной в национальные законодательства разных стран мира¹².

Таким образом, только взвешенный и планомерный процесс внедрения механизмов налогообложения участников коммерческих отношений в сети Интернет может превратить эту сферу в стабильный источник налогов, что в конечном счете благотворно отразится на фискальной политике государства.

¹ Азизов Р.Ф. К вопросу актуальности сравнительно-правового исследования правового регулирования в сети Интернет : тр. II Всерос. конф. молодых ученых по сравнительному правоведению / МГИМО. М., 2012.

² Азизов Р.Ф. Предпосылки интеграции информационного законодательства в условиях глобализации // Право и глобализация: вопросы теории и истории : тр. Междунар. науч.-теорет. конф. СПб., 2009.

³ Азизов Р.Ф. Правовое регулирование сети "Интернет" в англосаксонской (англо-американской) правовой семье на примере США // Ученые тр. Российской академии адвокатуры и нотариата. 2014. № 3. С. 128-135.

⁴ URL: <http://www.oecd.org/tax/transparency/44430243.pdf>.

⁵ URL: <http://cber.utk.edu/ecommerce/ecom0409.pdf>.

⁶ URL: <http://ecommercelaw.ru/sites/default/files/taxation%20of%20electronic%20commerce%20in%20European%20Union.pdf>.

⁷ URL: <http://www.targetonlinemarketing.com/en/blog/93-france-la-google-tax.html>.

⁸ URL: <http://www.emarketer.com/Article/Global-B2C-Ecommerce-Sales-Hit-15-Trillion-This-Year-Driven-by-Growth-Emerging-Markets/1010575>.

⁹ URL: <http://goldenpay.az/default.html>.

¹⁰ URL: <https://gpp.az>.

¹¹ URL: <http://b2b.az>.

¹² Азизов Р.Ф. Основы электронного права. Баку, 2009.

Поступила в редакцию 02.09.2014 г.