

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ



DOI: 10.26794/2220-6469-2020-14-2-25-31
УДК 332.14,339.97(045)
JEL F15, H21, L86, O10

Перспективы налогообложения цифровых компаний в странах Европейского союза: проблемы и противоречия

М.В. Лысунец

МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия
<https://orcid.org/0000-0002-1990-6190>

АННОТАЦИЯ

В статье автор рассматривает тенденции налогообложения цифровых компаний в Европейском союзе (ЕС), а также анализирует вызовы, предъявляемые цифровизацией к сложившейся налоговой системе, альтернативные подходы к налогообложению цифровых компаний; выявляет существующие проблемы в налогообложении цифровых компаний; рассматривает задачи и противоречия введения дополнительных налогов на цифровые услуги. На основании официальной статистики ЕС анализируется специфика и проблемы налогообложения деятельности цифровых компаний на территории стран – членов ЕС и всего региона в целом, рассматривается роль различных инструментов в вопросе выработки оптимального налогообложения таких компаний. В результате проведенного исследования выявлены отдельные несправедливости налогообложения цифровых компаний по сравнению с традиционными компаниями, обозначены основные проблемы налогообложения цифровых компаний, определены дальнейшие направления развития налогообложения цифровых компаний в ЕС.

Ключевые слова: региональная интеграция; Европейский союз; налоговая политика; налоги; налогообложение; инновации; цифровая экономика; цифровизация; цифровые технологии

Для цитирования: Лысунец М.В. Перспективы налогообложения цифровых компаний в странах Европейского союза: проблемы и противоречия. *Мир новой экономики*. 2020;14(2):25-31. DOI: 10.26794/2220-6469-2020-14-2-25-31

ORIGINAL PAPER

Prospects for Taxation of Digital Companies in the European Union: Problems and Contradictions

M.V. Lysunets

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
<https://orcid.org/0000-0002-1990-6190>

ABSTRACT

In the article, the author examines the trends in taxation of digital companies in the European Union (EU), as well as analyses the challenges posed by digitalisation to the current tax system, alternative approaches to taxation of digital companies; identifies existing problems in the taxation of digital companies; considers the challenges and contradictions of introducing additional taxes on digital services. Based on official EU statistics, the author analyses the specifics and problems of taxation of digital companies in the territory of the EU Member States and the entire region as a whole, and consider the role of various tools in the development of optimal taxation of such companies. The result of the study revealed a separate injustice in the taxation of digital companies compared to traditional companies, identified the main problems of the taxation of digital companies, defined the future direction of development of the taxation of digital companies in the EU.

Keywords: regional integration; European Union; tax policy; taxes; taxation; innovation; digital economy; digitalization; digital technologies

For citation: Lysunets M.V. Prospects for taxation of digital companies in the European Union: Problems and contradictions. *Mir novoi ekonomiki = The World of the New Economy*. 2020;14(2):25-31. (In Russ.). DOI: 10.26794/2220-6469-2020-14-2-25-31



ВВЕДЕНИЕ

Создание единого цифрового рынка в Европейском союзе (ЕС) является одной из приоритетных задач развития данного региона, а также естественным направлением повсеместной цифровизации экономики и общества. Цифровые компании во многом способствовали быстрому экономическому росту в странах ЕС (https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/1_en_act_part1_v10_en.pdf).

Способ ведения цифрового бизнеса, который осуществляется в глобальных масштабах виртуально и с минимальным физическим присутствием в какой-либо стране, ставит под сомнение актуальность сложившейся системы налогообложения, требует усовершенствования налогообложения цифровой экономики, которое, с одной стороны, будет способствовать инновациям, а с другой — регулировать вопрос предоставления доступа всех заинтересованных пользователей к цифровым рынкам и платформам на равноправных условиях.

Очевидна необходимость поиска решения для эффективного и справедливого налогообложения цифровых компаний с учетом того, что все больше видов деятельности перемещается в цифровое пространство. Существующие подходы к налогообложению были разработаны до появления интернет- и цифровых технологий, и, соответственно, во многом устарели. Например, большинство национальных налоговых систем не содержат положения относительно налогообложения деятельности компаний, которые всецело полагаются на цифровые нематериальные активы, чью стоимость трудно оценить существующими правилами финансового, управленческого, бухгалтерского учета. Каким образом и в какой юрисдикции должно происходить налогообложение международной торговой деятельности, осуществляемой через цифровые платформы между резидентами различных стран без их физического присутствия?

Данная проблема сравнительно новая и носит, в большей мере, практический, прикладной характер. На настоящий момент она мало освещалась западными и отечественными исследователями и экономистами.

Все это показывает, что требуется разработка справедливого налогообложения для цифровой экономики и выработка унифицированного единого подхода на международном уровне¹. Отсутствие

норм и правил, регламентирующих налогообложение деятельности в цифровом пространстве, уже начало приводить к уклонению от налогообложения, недопоступлению в бюджет налоговых платежей, снижению конкурентоспособности отдельных отраслей и даже стран, подрыванию одного из основных принципов налогообложения — справедливости. В данной статье представлена попытка автора исследовать возможные пути развития налогообложения цифровой деятельности в Европейском союзе и отметить возможные дальнейшие варианты развития налогообложения в эпоху цифровизации.

ВЫЗОВЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ДЛЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

На настоящий момент 9 из 20 крупнейших компаний — цифровые компании-гиганты, на долю которых приходится 54% рыночной капитализации, в то время как в 2006 г. в рейтинге топ-20 крупнейших компаний была только одна цифровая компания, на долю которой приходилось 7% рыночной капитализации всей двадцатки (https://ec.europa.eu/malta/news/digital-taxation-commission-proposes-new-measures-ensure-all-companies-pay-fair-tax-eu_en).

Выручка крупнейших цифровых компаний в Европейском союзе ежегодно растет на 14% в год (*рис. 1*), в то время как у традиционных компаний — только на 0,2% (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_18_2141). Такие преимущества во многом были достигнуты при помощи использования высокоскоростного интернета и новых информационных технологий, таких как интернет вещей, искусственный интеллект, роботизация, виртуальная реальность, облачные технологии, технологии больших данных и т. д.

Ежедневно в ЕС отправляется более 20 млрд электронных писем, осуществляется 650 млн поисковых запросов и 800 млн просмотров видео онлайн в интернете. Такая статистика (*рис. 2*) наглядно показывает, насколько интернет изменил нашу ежедневную жизнь.

Цифровизация мировой экономики идет очень быстрыми темпами, ее развитие привело к появлению новых бизнес-моделей, что, в свою очередь, влечет изменения в политике, государственном управлении, исполнительной власти, деятельности

¹ Matthias Bauer. Digital Companies and Their Fair Share of Taxes: Myths and Misconceptions. ECIPE Occasional Paper, 2018, no. 3,

p. 4. URL: https://ecipe.org/wp-content/uploads/2018/02/ECI_18_OccasionalPaper_Taxing_3_2018_LY08.pdf.

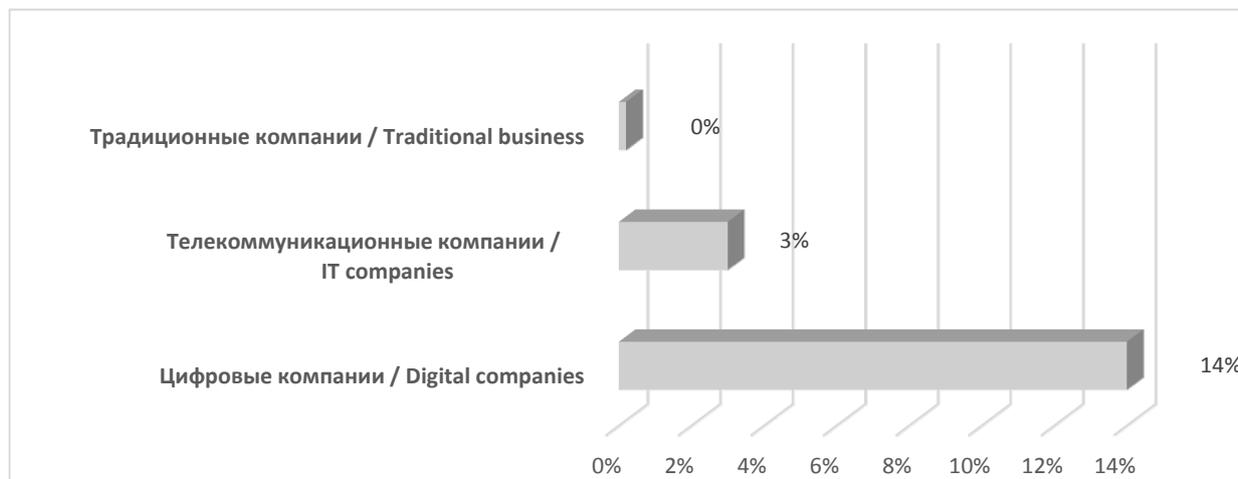


Рис. 1 / Fig. 1. Ежегодный рост выручки цифровых компаний в странах ЕС/
Annual average revenue growth of the digital companies in the EU

Источник / Source: URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_18_2141.

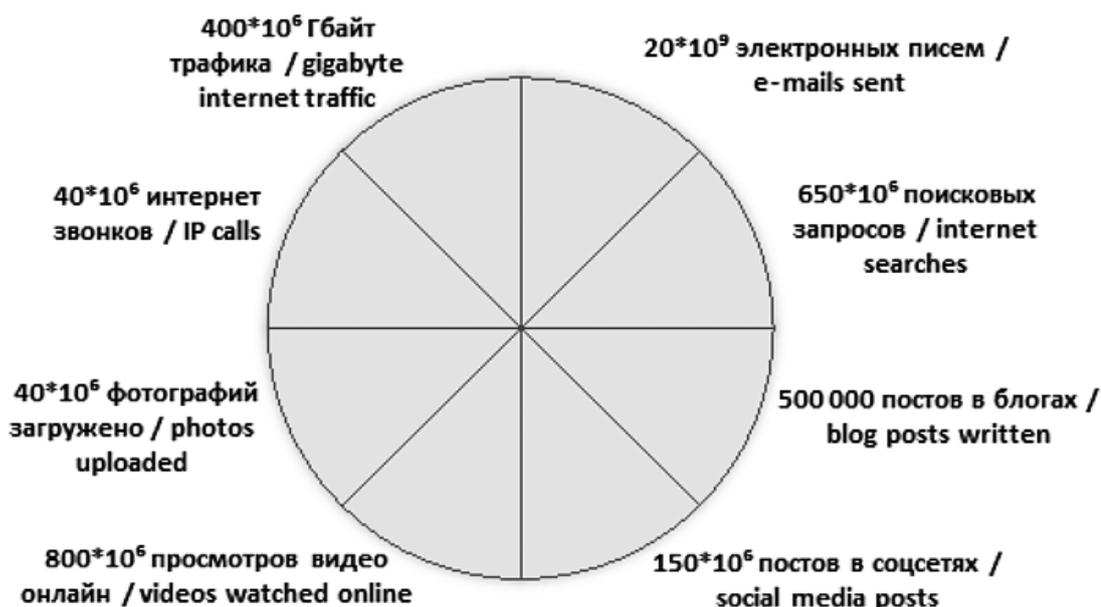


Рис. 2 / Fig. 2. Структура использования интернета в Европейском союзе за день / EU Internet daily use*

Источник / Source: URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_18_2141.

* 106 – миллион, 109 – миллиард.

таможенных и налоговых органов. Среди новых бизнес-моделей можно выделить, например:

- интернет-магазины;
- социальные сети;
- потоковые мультимедиа, платные подписки;
- коллаборативные платформы (площадки для взаимодействия физических лиц — потребителей и поставщиков различных услуг в рамках шеринговой экономики).

Важной задачей является дальнейшее развитие этих бизнес-моделей и их диверсификация, а так-

же обеспечение эффективного налогообложения деятельности с применением таких моделей. На современном этапе развития экономики многие компании извлекают доход из деятельности по предоставлению информации, баз данных и нематериальных активов, а молодое поколение потребителей предпочитает совершать покупки онлайн и иметь мгновенный доступ к необходимому контенту, не владея правами собственности на него. По прогнозам, в ближайшем будущем рост операций, осуществляемых посредством цифровых



платформ, будет увеличиваться на 35% ежегодно (https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/1_en_act_part1_v10_en.pdf).

В соответствии с основным действующим правилом в ЕС налог подлежит уплате там, где происходит создание прибыли или добавленной стоимости. Однако с появлением новых бизнес-моделей и деятельностью в цифровом пространстве вопрос «где происходит создание прибыли или добавленной стоимости» не имеет четко определенного ответа. На *рис. 3* показано, что теперь актуальными являются вопросы «где облагать?» и «что облагать?».

В левой части *рис. 3* представлена посещаемость пользователей интернет-платформ пяти крупнейших цифровых компаний (Google, Amazon, Tencent, Facebook, Alibaba) в 2016 г., а в правой части — аккумуляция прибыли этих компаний за тот же период.

Также, по официальным данным, эффективная налоговая ставка налога на прибыль для цифровых компаний составляет 9,5%, что значительно ниже, чем эффективная налоговая ставка для компаний, использующих традиционные бизнес-модели — 23,2% (https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/fair_taxation_digital_economy_ia_21032018.pdf).

В ЕС было проведено исследование о соответствии существующих норм международного налогообложения условиям цифровой экономики, в котором участвовали представители бизнеса, физические лица, социальные организации, исследовательские институты, и по результатам которого было выявлено следующее (https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/fair_taxation_digital_economy_ia_21032018.pdf):

- 65% респондентов считают, что существующие правила плохо регулируют налогообложение цифровой экономики;

- 65% опрошенных считают, что текущее налогообложение не обеспечивает справедливую конкуренцию между традиционными и цифровыми компаниями;

- 73% опрошенных считают, что действующее налогообложение позволяет большинству цифровых компаний пользоваться преимуществами налоговых режимов или перемещать свое налогообложение на более выгодные территории;

- 67% респондентов полагают, что некоторые страны ЕС не могут получать причитающуюся им

порцию налогов с прибыли цифровых компаний, заработанной на их территории, что приводит отчасти к социальной несправедливости;

- 63% опрошенных уверены, что существуют неопределенности в вопросах исчисления и уплаты налогов цифровыми компаниями при одновременном осуществлении деятельности на территории различных государств;

- 61% опрошенных не понимают, где и как должна определяться добавленная стоимость, создаваемая цифровыми компаниями;

- 44% опрошенных не понимают, каким образом осуществляется налогообложение новых цифровых бизнес-моделей.

В качестве основных несправедливостей в сложившейся ситуации опрошенные отметили:

- получение доступа к покупателям на рынках других стран при отсутствии адекватного налогообложения на их территории;

- преимущество зарубежных компаний перед национальными поставщиками цифровых услуг и сервисов вследствие более низкого налогообложения;

- неясности в определении налоговых обязательств для цифровых компаний из-за слишком сложной цепочки добавленной стоимости.

Среди основных негативных последствий введения новых дополнительных правил налогообложения для цифровых компаний респонденты отметили возможность чрезмерного налогового регулирования при существовании на настоящий момент достаточно сложной системы налогообложения на территории ЕС, высокий риск двойного налогообложения, ответное введение контрмер другими странами и, главное, высказали острую необходимость разработки простых, понятных и эффективных правил распределения прибыли между юрисдикциями для налогообложения цифровых компаний.

Одновременно возникают вопросы: в чем заключается добавленная стоимость деятельности цифровых компаний, где она появляется и как ее исчислять, учитывая, что новые цифровые бизнес-модели функционируют и управляются в основном с помощью нематериальных активов и информации? В цифровой экономике стоимость, как правило, формируется в результате комбинации знаний, алгоритмов, баз данных, сбытовых функций. Например, пользователь вносит свой вклад в формирование стоимости продукта путем высказывания о понравившейся странице в социальной



Рис. 3 / Fig. 3. Интернет-посещаемость и аккумуляция прибыли крупнейших цифровых компаний в Европейском союзе / Comparison of the geographical allocation of web visits (left-hand side) and profit (right-hand side), for five large web companies

Источник / Source: URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/fair_taxation_digital_economy_ia_21032018.pdf.

сети. Далее эта информация будет использована для монетизации, т.е. будет продаваться для размещения целевой рекламы на соответствующей понравившейся странице.

В странах ЕС, в соответствии с действующим налоговым законодательством, компания, получающая доход от продажи на своей цифровой платформе рекламного пространства или пользовательской информации для целевой рекламы, может не иметь налогооблагаемого присутствия и, соответственно, не платить налог на прибыль на территории ЕС. То есть полученная прибыль скорее будет облагаться налогом не в стране нахождения пользователя или того, кто просматривает рекламу и приобретает услуги в результате ее просмотра, а в стране, где был разработан рекламный алгоритм. Это означает, что место нахождения пользователя цифровых услуг не учитывается при определении места возникновения прибыли при расчете налоговых обязательств компании рекламодателя и самого поставщика цифровых услуг.

ПЕРСПЕКТИВЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ЦИФРОВЫХ КОМПАНИЙ В ЕС

Для выравнивания этой ситуации и адекватного взыскания налогов с цифровых компаний в ЕС рассматривается введение концепции, которая сводится к тому, что значительная доля прибыли и добавленной стоимости цифровых компаний признается сформированной по месту сбора информации, то есть по месту нахождения пользователей цифровых услуг, где и подлежит налогообложению. В ходе этой работы изучались следующие альтернативные варианты

введения временных мер по налогообложению доходов цифровых компаний на территории ЕС (https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/1_en_act_part1_v10_en.pdf):

- введение «уравнительного» налога для обеспечения справедливого налогообложения цифровых компаний, если с оборота от интернет-торговли не был исчислен налог, причем, независимо от модели продаж такой цифровой компании («B2B» — бизнес для бизнеса или «B2C» — бизнес для потребителя);
- введение налога у источника на перечисления цифровым компаниям-нерезидентам за продажу определенных цифровых услуг онлайн;
- введение налога на оборот от реализации рекламных услуг на цифровых платформах.

В результате всестороннего изучения данного вопроса были выработаны две налоговые инициативы, а именно:

1. Фундаментальные меры по разработке и введению на уровне ЕС нового единого правила «цифрового постоянного представительства» (https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/proposal_significant_digital_presence_21032018_en.pdf) в дополнение к давно существующему понятию «постоянного представительства», обозначенному в статье 5 Модельной конвенции [6] ОЭСР о налогах на доходы и капитал (<https://www.oecd.org/ctp/treaties/model-tax-convention-on-income-and-on-capital-condensed-version-20745419.htm>).

2. Временные меры по введению «цифрового» налога на услуги, оказываемые цифровыми компаниями (https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/proposal_common_system_digital_services_tax_21032018_en.pdf).



В соответствии с первым направлением при определении налогооблагаемой базы по налогу на прибыль для цифровых компаний определение «постоянного представительства» предлагается дополнить на уровне ЕС понятием «существенного цифрового присутствия» на территории государства — члена ЕС. С помощью этих мер планируется обязать цифровую компанию платить порцию налога на прибыль на территории страны, где эта компания имеет значительное количество пользователей и активно взаимодействует с ними посредством своих цифровых платформ, независимо от того, имеет ли такая цифровая компания физическое присутствие в любой форме в данной стране или нет. Цифровая платформа будет считаться налогооблагаемым «существенным цифровым присутствием» и, соответственно, приводить к образованию постоянного представительства в конкретной стране — члене ЕС при выполнении в налоговом периоде хотя бы одного из следующих условий (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_18_2141):

- выручка от реализации цифровых услуг в стране превышает 7 млн евро;
- количество пользователей цифровых услуг в стране превышает 100 тыс. человек;
- количество контрактов на оказание цифровых услуг превышает 3000.

Необходимо отметить, что первая налоговая инициатива содержит также введение определения цифровой услуги, а именно: цифровая услуга — это услуга, оказываемая через интернет или электронно, реализация этой услуги осуществляется автоматически, и процесс ее оказания вовлекает минимум человеческого вмешательства со стороны поставщика. Например, простая продажа товаров через интернет не признается цифровой услугой, в то время как предоставление (за вознаграждение) доступа к цифровой площадке для продажи таких товаров будет признаваться цифровой услугой.

Кроме того, инициатива предполагает соответствующие изменения и включение понятия «существенного цифрового присутствия» в существующие соглашения об избежании двойного налогообложения между странами — членами ЕС и третьими странами.

Вторая инициатива заключается в введении самостоятельно странами ЕС временного цифрового налога в размере 3% от выручки от реализации цифровых услуг. По некоторым оценкам, реализация данной временной меры позволит

дополнительно собирать в бюджет ЕС около 5 млрд евро ежегодно (<https://files.taxfoundation.org/20181022090015/Tax-Foundation-FF618.pdf>).

Цифровой налог планируется взимать, если глобальные доходы цифровой компании превышают 750 млн евро в год, а доходы, полученные на территории ЕС от цифровой деятельности, превышают 50 млн евро. Для исключения возможного двойного налогообложения и налогом на прибыль, и цифровым налогом, последний подлежит вычету в качестве расхода из налогооблагаемой базы при расчете налога на прибыль. Цифровыми услугами, подпадающими под обложение 3%-ным цифровым налогом, в данном случае будут являться (https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/1_en_act_part1_v10_en.pdf):

- предоставление рекламного пространства онлайн;
- оказание посреднических цифровых услуг для взаимодействия пользователей между собой для продажи товаров, работ, услуг;
- продажа разрешенной информации, предоставленной пользователями.

Обсуждение вопроса введения временного цифрового налога уже вызвало много дискуссий и негативных комментариев. Так, например, данный налог представляет собой налог с оборота, а значит, подлежит взиманию с выручки, независимо от того, прибыльна или убыточна компания; не учитывает такие объективные факторы, как финансовый результат компании; взимается на каждой стадии производственного цикла и в результате может приводить к двойному и даже тройному налогообложению одной и той же деятельности. Исторически налоги с оборота были признаны неэффективными, поскольку взимались не с прибыли, создавали дополнительные экономические барьеры и причислялись к несправедливому налогообложению. В свое время в ЕС отказались от налогов с оборота в пользу НДС. Соответственно, введение налога с оборота может являться шагом назад в развитии налогообложения в регионе и препятствовать дальнейшему экономическому развитию цифровых компаний.

На практике введение такого временного цифрового налога уже повлекло за собой ответные меры других государств. Так, правительство США обещало ввести импортные пошлины на продукцию из Франции, где цифровой налог GAFA tax (Google, Apple, Facebook and Amazon) был одобрен парламентом в 2019 г. (<https://www.euronews>.



com/2019/03/06/france-unveils-plans-for-its-gafa-tax-a-new-taxation-on-digital-companies). В результате введение цифрового налога во Франции было приостановлено.

По планам, временный цифровой налог подлежит отмене после согласования, утверждения и введения в действие нового единого законодательства на всей территории ЕС, определяющего понятие цифрового постоянного представительства и правил обложения деятельности цифровых компаний.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общепринятое правило налогообложения гласит, что налоги не могут быть введены для регулирования деятельности отдельных налогоплательщиков, это считается несправедливым и может иметь различные последствия. Цифровую экономику нелегко отделить от остальных отраслей и всей мировой экономики в целом. В настоящее время многие считают, что любая отрасль экономики и общественной жизни уже цифровизирована в той или иной степени, и выделить цифровую экономику отдельно для целей налогообложения невозможно.

Учитывая специфику бизнеса цифровых компаний, настал момент кардинального изменения подхода к их налогообложению. Все мировое

экономическое сообщество включено в решение данного вопроса, поскольку в цифровом пространстве должны действовать совершенно отличные от традиционных правила определения налогооблагаемой базы и налогооблагаемого объекта. В цифровом пространстве исчезли привычные границы осуществления коммерческой деятельности, появились новые объекты налогообложения, изменилась взаимосвязь между местом ведения деятельности, возникновения дохода, добавленной стоимости и налоговых обязательств.

Инициатива по введению цифрового налога призвана обеспечить справедливое налогообложение цифровых компаний с учетом новых способов осуществления такой деятельности.

Дебаты внутри ЕС по вопросу инициатив по выработке и введению эффективного налогообложения цифровых компаний говорят о том, что их внедрению будут предшествовать длительные дискуссии и обсуждения. Здесь не только встает вопрос о взыскании справедливой порции налогов с цифрового бизнеса, но и производится попытка избежать спешного введения плохо проработанного законодательства, которое будет являться помехой дальнейшему развитию цифровой экономики и, в частности, развитию цифровых услуг для индивидуальных потребителей, промышленности и социальной сферы в целом.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Марина Валентиновна Лысунец — кандидат экономических наук, научный сотрудник кафедры мировой экономики экономического факультета, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия
mlysunets@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR

Marina V. Lysunets — Cand. Sci. (Econ.), Scientific Researcher at the Department of World Economy, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
mlysunets@mail.ru

Статья поступила 28.01.2020; принята к публикации 20.02.2020.

Автор прочтала и одобрила окончательный вариант рукописи.

The article received on 28.01.2020; accepted for publication on 20.02.2020.

The author read and approved the final version of the manuscript

