

Бесконтрольный налог

Александр КАЛИГИН

С 1 января 2017 года в России вступил в силу так называемый закон о налоге на Google. Теперь все зарубежные поставщики цифрового контента и услуг на территории РФ будут облагаться НДС. Представители рынка в целом позитивно отзываются о новом законе, но при этом сомневаются, что регулятор сможет контролировать его соблюдение.

Согласно Федеральному закону от 3 июля 2016 года №244-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации», с 1 января 2017 года иностранные организации, которые предоставляют электронные услуги и контент в России, будут обязаны уплачивать НДС в размере 18%. В российском интернет-сообществе новый нормативно-правовой акт получил название закона о «налоге на Google». Под его действие попадают крупнейшие американские компании, такие как Google, Apple и Microsoft, интернет-площадки eBay, Aliexpress, магазин компьютерных игр Steam и др.

Во имя справедливости

Внесенные в законодательство поправки установили справедливые правила игры как для российских, так и для иностранных ИТ-компаний, уравнивая условия ведения бизнеса на отечественном рынке. Директор Института развития Интернета (ИРИ) Екатерина Рудых отмечает, что неприспособленность схем налогообложения к современным реалиям интернет-торговли создавала препятствия для добросовестной конкуренции на рынке: российским пользователям было выгоднее приобретать контент у иностранных компаний. «НДС платили только отечественные компании, и чтобы ситуацию выровнять, нужно было принять решение о налогообложении электронных услуг», – комментирует руководитель ИРИ.

Также, по ее словам, принятый закон гармонизирует налогообложение в РФ с зарубежной практикой: схожие нормы давно действуют в Британии, Германии, Австралии, Японии и Южной Корее, где НДС при трансграничной торговле выплачивается в стране потребления услуг. В соответствии с мировой практикой налог должен уплачиваться по месту потребления этих услуг, и важно, чтобы он остался нейтральным для налогоплательщика. При этом необходимо избежать как двойного налогообложения, так и случаев, когда налоги не уплачиваются вообще ни в одной стране.

Екатерина Рудых напомнила корреспонденту «Стандарта», что при рассмотрении законопроекта в Госдуме в него были внесены поправки с учетом пожеланий интернет-индустрии. Участие в работе над документом приняли представители таких компаний, как «Яндекс», Mail.ru Group, «ВымпелКом», МТС, «МегаФон», «Газпром-Медиа», Google, РАО, РОЦИТ, Microsoft, Apple, ABBYY, Rambler & Co, 1C, Group-IB, «Лаборатория Касперского», и других ключевых игроков отрасли.

«Институту развития Интернета удалось консолидировать мнения участников интернет-отрасли, приложив все усилия для того, чтобы снять вопросы, возникающие в профессиональном сообществе в связи с новым порядком налогообложения. Чтобы исключить опасения, что та или иная формулировка может трактоваться двусмысленно, ИРИ организовал встречу представителей отрасли с руководителем

Федеральной налоговой службы РФ (ФНС России), которая позволила прояснить механизм действия закона», – сообщила директор ИРИ.

Она полагает, что в долгосрочной перспективе объем российского рынка цифрового контента увеличится, с учетом повышения цен иностранными разработчиками, ранее имевшими возможность демпинговать, и роста «среднего чека». Развитию рынка будет также способствовать повышение уровня зрелости в отношении легального потребления контента и формирования культуры обязательной платы за него.

Кроме того, можно ожидать усиления позиций российских разработчиков по мере развития функциональности их продуктов, повышения качества и конкурентоспособности. «С учетом выравнивания ситуации с налоговой нагрузкой они получают некоторое пространство для разбега в части R&D – для инвестиций в разработку уникальных сервисов», – комментирует Екатерина Рудых.

Цель законодательной инициативы – регулирование в первую очередь международных, а не внутринациональных транзакций, поэтому она более серьезно повлияет на бизнес иностранных поставщиков контента в Россию. «Медиа-Коммуникационный Союз» (Союз «МКС») поддерживает новый закон. Президент организации Павел Степанов полагает, что он обеспечит создание равных условий для российских и иностранных компаний, которые ранее были освобождены от уплаты налогов при реализации посредством сети Интернет услуг на территории страны, в результате чего находились в более выгодном положении по сравнению с отечественными компаниями. Сейчас это неравенство на законодательном уровне устранено.

«Этот закон необходим для обеспечения возможности развития отрасли телекоммуникаций в России. Он стоит в ряду тех законов, которые формируют правовую базу и создают условия для эффективного развития отечественного цифрового контента и сервисов. Но развитие рынка требует комплексного подхода. И влияние этих инициатив на рынок невозможно оценить без соотнесения с другими законодательными инициативами и практикой правоприменения в отрасли», – заявил Павел Степанов.

Рассуждая, в чем состоит такое влияние, юрист департамента налогового и юридического консультирования АО «КПМГ» (KPMG в России и СНГ) Антон Борисичев уточняет, что иностранным поставщикам электронного контента, услуги которых будут облагаться НДС, придется встать в России на налоговый учет и подавать соответствующую отчетность. «Хотя все это осуществляется электронно и в упрощенном порядке, все же это ощутимо дополнит текущую бизнес-деятельность таких компаний», – считает юрист KPMG. В целом, на взгляд Антона Борисичева, расстановка сил на рынке цифрового контента принципиально поменяться не должна.



Фото: ЮРИС

Юрист департамента
налогового и юридического
консультирования
АО «КПМГ» **Антон Борисичев**
уточняет, что иностранным
поставщикам электронного
контента, услуги которых
будут облагаться НДС,
придется встать в России
на налоговый учет



Фото: «Катков и партнеры»

Основатель, владелец
и старший партнер
ООО «Катков и партнеры»
Павел Катков полагает,
что не формальное
резидентство поставщика,
а факт признания РФ местом
реализации услуги должен
стать основным критерием
применения налогового
механизма к иностранным
исполнителям электронных
услуг

Возможны варианты

Зарубежные компании, продающие софт и услуги через Интернет, в конце 2016 года начали предупреждать российских пользователей о повышении цен, вызванном вступлением в силу «налога на Google». Сам Google еще в начале декабря оповестил российских разработчиков и владельцев платной подписки на хранилище «Google Диск» о включении с нового года в стоимость сервиса НДС в размере 18%.

Представитель пресс-службы сообщил, что Google соблюдает налоговое законодательство во всех странах, где работает компания. «Мы уже уведомили пользователей, что в 2017 году будет изменено российское законодательство об НДС. В результате общая стоимость подписок может увеличиться на 18%. Новая цена стала доступна после 1 января 2017 года, когда подписки возобновились. Если пользователь не хочет продлевать какую-либо подписку, он может просто отменить ее», — заявил сотрудник Google.

Об изменении цен в России из-за нового закона предупредила и Nintendo. Компания сообщила, что уже с середины декабря цены на игры в Nintendo eShop повышены примерно на 20%. В это изменение помимо НДС заложена коррекция, связанная с динамикой курса рубля. О повышении цен также заявило издательство компьютерных игр CreaGames, зарабатывающее за счет микротранзакций в рамках игр по модели free2play.

Существует и обратный подход, когда разработчики берут выплату налога на себя, как, например, Sony и Wargaming. Так же поступила и компания Apple, не став поднимать цены на продукты для российских пользователей. Высока вероятность, что многие граждане РФ даже не заметят изменений и продолжат пользоваться привычными продуктами зарубежных компаний. «Поскольку цены изменятся не на порядок, лояльность аудитории к определенным продуктам и сформировавшаяся модель потребления не позволят отказаться от их постоянного использования», — полагает директор по развитию ООО «Фибрум» (Fibrum) Даниил Щербаков.

По словам Антона Борисичева, вопрос о том, за чей счет компенсировать НДС, компании будут решать в индивидуальном порядке, в зависимости от стратегии в России и значения местного рынка для реализуемых продуктов.

Идентификация спорна

Определенную сложность для реализации закона создает то, что не все зарубежные поставщики цифрового контента и услуг имеют официальные представительства в России. Некоторые игроки рынка полагают, что отсутствие местного юридического лица может избавить от соблюдения российских законов. Представители одной из крупных зарубежных интернет-компаний заявили, что она не является резидентом РФ, поэтому не подпадает под законодательство страны.

Основатель, владелец и старший партнер ООО «Катков и партнеры» Павел Катков комментирует, что закон дополнил

Налоговый кодекс (НК РФ) статьей 174.2, устанавливающей особенности исчисления и уплаты НДС при оказании иностранными организациями услуг в электронной форме. По его словам, указанная статья, как и НК РФ в целом, оперирует понятием «место реализации услуг». В данном случае, дабы механизм заработал, местом реализации услуг должна быть Российская Федерация. «Следует ожидать, что именно это, а не формальное резидентство, и станет основным критерием применения данного налогового механизма к иностранным исполнителям электронных услуг», — делает вывод Павел Катков.

Руководитель межотраслевой группы ООО «Пепеляев Групп» к.ю.н. Наталья Коваленко уточняет, что в законодательстве для целей получения НДС в данном случае расширено понятие места осуществления деятельности покупателя — физического лица, таким местом признается территория РФ и возникает обязанность по уплате налога.

Местом осуществления деятельности покупателя — физического лица признается территория России, если местом жительства покупателя является РФ, оплата происходит со счета в российском банке через оператора электронных денежных средств, сетевой адрес покупателя зарегистрирован в РФ, код страны телефонного номера, используемого для приобретения или оплаты услуг, присвоен РФ.

По опыту Натальи Коваленко, несмотря на то что в Евросоюзе соответствующее законодательство действует уже более года, а в Японии — более трех месяцев, на практике возникают вполне прогнозируемые проблемы. Например, налоговые органы хоть и могут запрашивать у налогоплательщика документы для целей контроля, но это право действует только внутри одного государства. Если лицо оказывает услуги в другом государстве, тем более в офшоре, получение информации сопряжено с большими трудностями. Либо это слишком долгий процесс, который реализуется в рамках международных договоров, либо получение такой информации вообще невозможно.

Также на практике возникают сложности с идентификацией как лиц, оказывающих электронные услуги, особенно если их веб-сайты размещены в офшорах, так и лиц, приобретающих услуги и использующих технологии, скрывающие идентификационные данные. Не исключены трудности с определением местонахождения услугодателя и услугоприобретателя.

«Законодательство в области электронной торговли будет продолжать развиваться и совершенствоваться по мере накопления практических вопросов, опыта их разрешения и совершенствования технологий, позволяющих улучшить контроль», — считает Наталья Коваленко.

Российское законодательство в существенной мере переняло опыт Европейского союза в части обложения электронных услуг НДС. По словам Антона Борисичева, в ЕС на уровне отдельных государств каких-либо сложностей с регистрацией иностранных компаний не возникало. Проблема заключалась



Фото: «Пепеляев Групп»

**По мнению руководителя
межотраслевой группы
ООО «Пепеляев Групп»
к.ю.н. Натальи Коваленко,
наиболее действенным
инструментом регулятора
могло бы стать
блокирование доступа
пользователей к ресурсам
иностранной организации
в случае неисполнения
возложенных на нее законом
налоговых обязанностей**

в том, что иностранным поставщикам, оказывающим электронные услуги европейским покупателям, нужно было зарегистрироваться в 28 странах, уточняет он. Учитывая, что минимальная стоимость услуг в каждой стране ЕС составляла около €2-3 тыс. в год, это сильно ударило по средним и мелким поставщикам из ЕС и третьих стран. Поэтому последние законодательные доработки связаны с введением единой системы регистрации для исчисления и уплаты НДС с электронных услуг.

«Точно определить покупателя (потребителя) в качестве гражданина РФ можно только путем сверки паспорта с человеком напротив вас. Очевидно, что для иностранных компаний это невозможно. Именно поэтому одним из приемов законодательной техники является презумпция», — отмечает Антон Борисичев. Он поясняет, что в новом законе фактически содержится презумпция (предположение) о том, что при наличии признаков, указанных в пп. 4 п. 1 ст. 148 НК РФ, — место жительства, нахождение банка, сетевой адрес и т.д. — имеется экономическая связь покупателя электронной услуги с Россией, которой достаточно, чтобы обложить НДС. «Само же по себе гражданство физического лица не имеет значения для определения экономической связи с Россией. По такому пути пошли законодатели зарубежных стран», — резюмирует юрист KPMG.

Контрольная работа

У представителей рынка и юристов нет однозначного ответа на вопрос, какими механизмами контроля за соблюдением закона располагает ФНС России. «В законе не прописаны подобные механизмы, поэтому не совсем ясно, как будет осуществляться контроль. Многие крупные корпорации (Google, Apple, Microsoft) уже зарегистрировались в ФНС, однако это не означает, что их примеру последуют более мелкие компании», — говорит Даниил Щербаков.

По словам Павла Каткова, механизм контроля — вопрос дискуссионный. Он отмечает, что в «офлайновом» налоговом контроле важным подспорьем является банковская система, институт территориального резидентства и налоговой отчетности по месту нахождения юридического лица. В данном случае эти инструменты у ФНС отсутствуют. Поэтому налоговикам предстоит либо как-то учитывать компании, оказывающие услуги для пользователей из РФ, например — по аналогии с аккредитацией представительств иностранных юридических лиц, либо отталкиваться от пользователей, что, очевидно, сложно реализуемо на практике ввиду их значительного количества и меньшей степени подконтрольности налоговой системе. Можно рассмотреть также банковский контроль электронных платежей — возможно, он поможет.

«Что выберет регулятор — покажет время, закон только вступил в силу. В любом случае отрасли надо готовиться или к новой финансовой нагрузке, или к поиску разумных выходов из этой ситуации — в рамках закона и с учетом

требований отечественной налоговой системы», — комментирует Павел Катков.

Павел Степанов также видит сложности в реализации закона, поскольку, например, при проведении камеральной проверки правильности формирования налоговой базы по НДС налоговый орган не будет иметь доступа к биллингу иностранной организации.

В то же время закон обязывает иностранные организации, оказывающие физическим лицам услуги в электронной форме, местом реализации которых признается территория РФ, и непосредственно осуществляющие расчеты с указанными лицами, а также посредников по оказанию подобных услуг вставать на учет в российских налоговых органах путем подачи заявления с соответствующим пакетом документов в течение 30 дней с момента начала оказания услуги.

Если услуги в электронной форме оказываются иностранной организацией с привлечением посредников, обязанностями налогового агента наделяется посредник, осуществляющий расчеты с физическими лицами, независимо от наличия у него договора с иностранной организацией. Организациям, состоящим на учете в налоговых органах РФ, для взаимодействия с ними предоставляется доступ к личному кабинету налогоплательщика.

Но Наталья Коваленко подчеркивает, что вышеперечисленные меры сами по себе еще не являются контрольными, скорее, они обеспечивают возможность контроля. Кроме того, по ее словам, законом предусмотрен ряд оснований, по которым организацию могут снять с налогового учета. «Само по себе это не так страшно. Между тем если компания хочет продолжить осуществлять деятельность в РФ по предоставлению электронных услуг населению, то нужно будет вновь вставать на учет. Однако повторная постановка организации на учет в российском налоговом органе влечет за собой восстановление сумм недоимки по НДС, а также задолженностей по штрафам и пеням», — уточняет представитель «Пепеляев Групп».

Также законом предусмотрены непосредственно мероприятия налогового контроля, такие как камеральные налоговые проверки и дополнительные мероприятия налогового контроля. Налоговые органы наделяются правом проведения проверки на основе имеющихся у них документов и информации о налогоплательщике, а также данных об аналогичных налогоплательщиках, если организацией не была исполнена обязанность по предоставлению налоговой декларации.

В рамках проведения проверок организаций налоговые органы имеют право истребовать информацию у организатора национальной системы платежных карт, операторов по переводу денежных средств, операторов электронных денежных средств, операционных центров, платежных клиринговых центров, центральных платежных клиринговых контрагентов, расчетных центров и операторов связи. Обязательным условием для подобных действий со стороны налоговых органов является согласие руководителя или заместителя руководителя ФНС России.

Наталья Коваленко подчеркивает, что, несмотря на все вышеуказанные законодательные нововведения, механизм контроля за постановкой на учет иностранных организаций и исполнением ими налоговых обязанностей достаточно слабый. Например, проблематичным является взыскание с иностранной организации недоимки, пени, штрафов за неуплату либо неполную уплату налога. «Наиболее действенным инструментом могло бы стать блокирование доступа пользователей к ресурсам иностранной организации в случае неисполнения возложенных на нее законом налоговых обязанностей. Между тем на сегодняшний день такого механизма в налоговом законодательстве не прописано», — резюмирует руководитель межотраслевой группы «Пепеляев Групп».

В ФНС России на запрос корреспондента «Стандарта» не ответили.



Генеральный партнер:



IV Бизнес-форум



Бронзовые спонсоры:

СМОТРОШКА

π^g
repeliaev group®

Телеком двух столиц.

Эффективные пути повышения конкурентоспособности операторов связи в мегаполисах

Ключевые темы форума:

- Эффективные способы оптимизации телеком-инфраструктуры «большого города»
- Новая волна слияний и поглощений на рынке ШПД больших городов
- Недискриминационный доступ операторов связи к городской инфраструктуре
- Новые модели построения бизнеса как способ борьбы с оттоком абонентов
- Облачные платформы для развития портфеля операторских услуг IaaS, PaaS и SaaS
- Инструменты для адресного маркетинга, управления лояльностью и персонализации сервисов

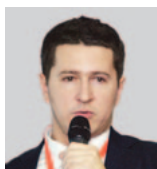
Докладчики:



Максим Гарусев,
директор
департамента по
маркетингу,
ПАО «Московская
городская
телефонная сеть»
(МГТС)



Алексей Леонтьев,
исполнительный
директор,
Объединение
альтернативных
операторов связи
(ОАОС)



Кирилл Марков,
директор региона
«Санкт-Петербург»,
филиал «Макрорегион
Север»,
АО «Компания
ТрансТелеКом» (ТТК)



Алексей Никитин,
заместитель
директора
макрорегионального
филиала, технический
директор
макрорегионального
филиала
«Северо-Запад»,
ПАО «Ростелеком»



Дмитрий Петров,
генеральный
директор,
ООО «Комфортел»



Сергей Сергеев,
технический директор
макрорегиона
Северо-Запад,
ООО «Т2 Мобайл»
(Tele2)