

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В.А. Рогачева

Научный руководитель С. В. Климентьева
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева

В России электронная коммерция развивается достаточно быстро. Существует множество онлайн-магазинов, маркетплейсов и других платформ, на которых можно купить товары и услуги. Электронная коммерция стала одним из самых быстрорастущих и важных секторов мировой экономики, особенно с развитием технологий и расширением доступа к интернету. Однако, с ростом ее популярности, возникает и множество вопросов, связанных с налогообложением в этой сфере. Рассмотрим актуальные проблемы налогообложения электронной коммерции и пути их решения.

Проблема с определением налоговой базы и налоговых ставок. В большинстве стран нет специального законодательства, регулирующего налогообложение электронной коммерции. Это создает сложности при определении налоговой базы, а также при установлении налоговых ставок для электронной коммерции[1].

Одним из примеров решения проблемы может служить опыт Великобритании. В 2014 году в стране был принят закон о налоге на товары и услуги (Goods and Services Tax, GST), который распространяется на все онлайн-продажи. Согласно этому закону, продавец обязан удерживать налог с каждой продажи и передавать его государству[2].

Такой подход позволяет государству контролировать и собирать налоги с электронной коммерции, а также обеспечивает равные условия для всех продавцов на рынке.

Проблема с определением места реализации товаров и услуг связана с тем, что товары и услуги могут производиться и далее продаваться через интернет в разных странах. В результате возникают сложности с определением того, в какой стране должна быть уплачена та или иная сумма налога [3].

Решением этой проблемы может стать разработка международных соглашений и договоров между странами, регламентирующих порядок налогообложения электронной коммерции на международном уровне.

Примером решения этой проблемы может служить практика Европейского Союза. В соответствии с директивой ЕС о налогообложении электронной коммерции (2003/98/ЕС), местом реализации товаров и услуг, продаваемых через интернет, считается страна, в которой находится покупатель [3]. Это позволяет избежать ситуаций, когда товары и услуги, продаваемые в одной стране, облагаются налогом и в другой, что может привести к двойному налогообложению.

Контроль уплаты налогов в сфере электронной коммерции также вызывает определенные трудности. В частности, это связано с необходимостью отслеживания движения денежных средств и товаров в рамках интернет-торговли [1].

Решением данной проблемы может быть разработка специального программного обеспечения и технических решений, которые позволят налоговым органам контролировать уплату налогов в электронной коммерции. Например, система

автоматического обмена информацией (Automatic Exchange of Information, AEOI), которая позволяет налоговым органам разных стран обмениваться информацией о финансовых операциях и уплачивать налоги в соответствии с законодательством каждой страны.

Подводя итог, можно сказать, что налогообложение в сфере электронной коммерции требует решения ряда актуальных вопросов и проблем. Для этого необходимо разрабатывать специальные налоговые режимы, заключать международные соглашения и договоры, внедрять систему идентификации налогоплательщиков и совершенствовать контроль уплаты налогов. Только таким образом можно создать эффективную и справедливую систему налогообложения для электронной коммерции в современном мире.

Список использованных источников

1. Погорлецкий А.И. Налогообложение трансграничных операций электронной коммерции: особенности, проблемы и возможности. Из-во: ТГУ, 2019.
2. Spence D.B. The UK's Harmonised System: A Critical Review Journal of World Trade. Vol. 48. 2014. №2. P. 233-258.
3. Чепурная Е.В. Проблемы налогообложения электронной коммерции. Из-во: Развитие теории и практики управления социальными и экономическими системами, 2019.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

В. Ю. Рыбина

Научный руководитель О.В. Семенова
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королева

Сегодня неотъемлемым качеством будущего профессионала в любой динамично развивающейся области должно быть умение эффективно организовать свою работу, рационально расходовать свое время. В современном обществе студент не может быть успешен без сознательного отношения к своей учебе и наличия стратегии жизни. Важным умением для каждого студента, будущего специалиста, является навык самоорганизации. В качестве наиболее эффективного метода управления временем рассматривается тайм-менеджмент.

Корпоративный тайм-менеджмент — это совокупность технологий планирования рабочих задач, которые человек применяет самостоятельно для повышения эффективности использования своего рабочего времени и для повышения контроля возрастающего количества целей [1].

Идея управления временем существует ровно столько, сколько существует человечество. Однако проблема времени находится под пристальным вниманием ума человека на протяжении всей истории. Проблема же постановки цели, планирования, упорядоченности задач и разумного использования времени человеком была поставлена очень давно. Одним из первых этот вопрос поставил философ Люцилий Сенека. Затем систему управления личным временем создал Бенджмин Франклин, она была основана на долгосрочных и краткосрочных целях, без чего не существует современный тайм-менеджмент. Более близок к современной интерпретации функций и целей теории организации времени был французский ученый Анри Файоль, который в 1916 г. в своей работе «Общее и промышленное управление» отмечал значимость последовательности в выполнении функций рабочего процесса в любом объекте. А. Файоль одним из первых