

современную визитку не пожалели средств и усилий, а значит и не пожалеют и на образование.

Интуитивность, структурированность и загруженность позволит пользователю оставаться долгое время на сайте, изучать информацию с интересом, а не в нервных поисках нужного.

Ну и наличие кнопок, побуждающих к действию, позволит привлечь клиента в «офис продаж» университета и уже в индивидуальном порядке закрыть абитуриента на день открытых дверей, например. Все это недостаточно доработано на сайте Самарского университета.

Стоит сделать пометку, что сайт Самарского национально исследовательского университета им. академика Королева не является плохим или хорошим, на нем можно найти все необходимое для поступления и ведения полноценной университетской жизни, однако, если рассматривать с точки зрения продаж, то для эффективного использования этого инструмента не только как визитки, нужно отработать все перечисленные выше задачи.

#### **Список использованных источников**

1. <https://ssau.ru/>
2. <https://samgtu.ru/>
3. <https://innopolis.university/>
4. <https://kpfu.ru/>
5. <https://pfo.volga.news/article/542107.html>
6. <https://trends.rbc.ru/trends/education/61540f1e9a7947ed382de149>

## **ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**А.Д. Чернова**

Научный руководитель С. В. Климентьева

Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева

В современном мире электронная коммерция стала неотъемлемой частью бизнеса, предоставляя возможность покупки и продажи товаров и услуг через интернет. Налоговая политика государства играет значительную роль в развитии этого сектора экономики. В данной работе рассматривается влияние налоговой политики на развитие электронной коммерции, выявляются вызовы, с которыми сталкиваются компании в этой сфере, и анализируются перспективы развития налогообложения в данной области.

С ростом популярности онлайн-торговли и электронных платежей, вопросы налогообложения в этой сфере становятся все более важными для государств, предпринимателей и потребителей. Необходимость разработки эффективной и справедливой налоговой политики, учитывающей особенности электронной коммерции, становится все более актуальной для обеспечения устойчивого и сбалансированного развития этой отрасли.

В целях исследования использовались следующие трактовки основных терминов. Электронная коммерция (ЭК), также известная как электронная торговля, представляет собой процесс покупки и продажи товаров, услуг и информации через Интернет и другие

электронные средства связи[1]. Она включает в себя онлайн-магазины, электронные платежные системы, интернет-аукционы, цифровую доставку товаров и другие формы электронных транзакций. Налоговая политика - это набор мер и принципов, устанавливаемых государством для регулирования налогообложения и сбора налогов. Она включает в себя законодательные и административные меры, определяющие ставки налогов, методы и сроки их уплаты, а также правила и процедуры налогового контроля. Налоговая политика направлена на обеспечение финансовой устойчивости государства, справедливого распределения налогового бремени и стимулирования экономического развития[2]. В контексте электронной коммерции налоговая политика регулирует налогообложение и сбор налогов с электронных транзакций и деятельности в сети.

Электронная коммерция обладает рядом специфических особенностей:

- отсутствие границ: ЭК позволяет осуществлять торговлю без привязки к определенному месту, что создает сложности в определении налоговой юрисдикции и сборе налоговых платежей;

- налогообложение международных сделок: ЭК позволяет осуществлять торговлю между различными странами, что приводит к сложностям в определении налоговых обязательств и сборе налогов при международных сделках;

- отсутствие физического присутствия: многие электронные компании не имеют физических представительств, что создает сложности в определении налоговой юрисдикции и сборе налоговых платежей[3].

В рамках ЭК произошло несколько значительных налоговых изменений в последние годы. Вот некоторые из них:

1. Введение налога на цифровые услуги. Многие страны ввели налог на цифровые услуги, который облагает доходы от продажи цифровых товаров и услуг, таких как услуги онлайн-платформ, потоковое видео, музыка и другие цифровые контенты. Это позволяет более справедливо распределить налоговую нагрузку между традиционными и электронными компаниями.

2. Изменение налоговой юрисдикции. В связи с развитием электронной коммерции страны пересматривают свои налоговые политики и законодательства, чтобы определить налоговую юрисдикцию и обязательства для электронных компаний. Например, некоторые страны вводят правила о цифровом присутствии, которые определяют, когда электронная компания обязана платить налоги в определенной стране.

3. Борьба с налоговыми уклонениями. В силу сложностей в сборе налоговых платежей в сфере ЭК разные страны разработали меры для борьбы с налоговыми уклонениями. Например, введение требований о предоставлении данных о продажах и доходах электронных компаний, а также сотрудничество между странами в обмене информацией для более эффективного сбора налогов.

4. Международные соглашения. Некоторые страны подписывают международные соглашения и сотрудничают на международном уровне для разработки общих стандартов и правил в области налогообложения электронной коммерции. Например, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) разрабатывает планы по гармонизации налогового законодательства и решению проблем, связанных с налогообложением в сфере ЭК.

Основные проблемы налогообложения в сфере электронной коммерции:

- определение налоговой юрисдикции: в силу особенностей ЭК, определение налоговой юрисдикции становится сложной задачей. Необходимо разработать международные стандарты для определения налоговой юрисдикции и распределения налоговых обязательств между странами.

- определение налоговых ставок: в сфере ЭК существуют различные виды товаров и услуг, каждый из которых может быть облагаем налогами по-разному. Необходимо разработать четкие правила для определения налоговых ставок и их применения в сфере ЭК.

- борьба с налоговыми уклонениями: в силу сложностей в определении налоговой юрисдикции и сборе налоговых платежей, существует риск налоговых уклонений со стороны электронных компаний. Необходимо разработать эффективные механизмы для борьбы с налоговыми уклонениями и обеспечения справедливого налогообложения в сфере ЭК.

Перспективы налогообложения в сфере электронной коммерции:

1. Гармонизация налогового законодательства. Важно разработать международные стандарты и соглашения для гармонизации налогового законодательства в сфере ЭК. Это поможет упростить процедуры налогообложения и уменьшить административные барьеры для электронных компаний.

2. Развитие цифровых налогов. Введение специальных налогов на цифровые услуги и товары может помочь уравнивать налоговую нагрузку между традиционными и электронными компаниями, а также обеспечить справедливое налогообложение в сфере ЭК.

3. Сотрудничество между странами. Необходимо развивать международное сотрудничество и обмен информацией между странами для эффективного сбора налоговых платежей и борьбы с налоговыми уклонениями в сфере ЭК.

На современном этапе развития электронной коммерции налоговая политика играет важную роль в обеспечении справедливого налогообложения и стимулировании развития данной сферы. Однако существуют вызовы и сложности, которые требуют внимания и разработки соответствующих мер и стандартов. Развитие гармонизированного и эффективного налогообложения в сфере ЭК будет способствовать устойчивому развитию этой сферы и обеспечению справедливости в налоговой системе. Влияние налоговой политики на развитие электронной коммерции имеет как вызовы, так и перспективы. Налоговые правила и ставки должны быть справедливыми и эффективными, чтобы поддерживать развитие этого сектора и учитывать его особенности. Важно разработать сбалансированный подход к налогообложению, который бы учитывал особенности этой отрасли и стимулировал ее развитие.

#### **Список использованных источников**

1. Мовламов Д.А., Розьев И. Современные этапы развития электронной коммерции[Электронный ресурс] / Вестник науки. - №9 (54). – Т.4. – 2022. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-etapy-razvitiya-elektronnoy-kommertsii/viewer>(дата обращения: 25.11.2023).
2. Черник, Д. Г. Налоговая политика государства : учебник для вузов / Д. Г. Черник, Ю. Д. Шмелев, М. В. Типалина ; под редакцией Д. Г. Черника. — 2-е изд., перераб. и

доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 471 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/511217> (дата обращения: 26.11.2023).

3. Головенчик Г.Г. Сущность, классификация и особенности электронной коммерции [Электронный ресурс] / Наука и инновации. - №4 (206). – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-klassifikatsiya-i-osobennosti-elektronnoy-kommertsii/viewer> (дата обращения: 27.11.2023).