

Антимоник А. А.

ПОНЯТИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВОГО ПОСТОЯННОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА

*Антимоник Александра Алексеевна, студентка 4 курса Белорусского
государственного университета, г. Минск Беларусь,
antim.com121326(aigtnail.com).*

Научный руководитель: канд. юрид. наук, доцент Лещенко С. К.

На сегодняшний день экономика значительно изменилась и усовершенствовалась, в том числе благодаря развитию современных технологий и большему распространению сети Интернет. «Виртуальная» или digital-экономика больше не отделяется от обычной, «физической» экономики, в том числе благодаря тому, что новые модели ведения бизнеса позволяют виртуализировать и полностью перевести в интернет-пространство те отношения, которые раньше традиционно осуществлялись в сфере «физической» экономической деятельности. Развитие цифровой экономики не создает проблемы размывания налоговой базы и вывода прибыли из-под налогообложения, но способствует ее обострению.

В документах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) основными признаками цифровой экономики называют: сложность определения места создания стоимости, широкое использование нематериальных активов, использование в деятельности большого количества данных, главным образом, персональных, использование многосторонних бизнес-моделей.

Постоянное представительство как институт налогового права характеризуется наличием признака физического присутствия экономического субъекта в государстве ведения деятельности, которое в условиях цифровой экономики достаточно тяжело идентифицировать. Критерий «постоянное место деятельности» считается одним из самых проблемных при разрешении проблем налогообложения в цифровой экономике.

Транснациональные корпорации, получая прибыль в юрисдикциях, являющихся источником их доходов, в силу существующих правил налогообложения не уплачивают налог на прибыль, полученную с использованием цифровых средств. Сложившееся понятие постоянного представительства стало своего рода препятствием, которое не позволяет ему полноценно функционировать в современных экономических условиях.

Для решения этой проблемы предлагается введение в научный оборот нового вида постоянного представительства – цифровое постоянное представительство. Н. Ю. Андреев предлагает следующее определение постоянного представительства – «место деятельности, через которое предприятие полностью или частично ведет свою деятельность, включая

государство или территорию цифрового присутствия, в котором имеет основной источник пользователей, место получения основного дохода».

В настоящее время существует два основных подхода для разрешения проблем, связанных с налогообложением прибыли в цифровой экономике применительно к постоянному представительству.

Первый подход – введение отдельных правил, которые позволят облагать прибыль, полученную постоянными представительствами в третьих государствах (быстрые подходы к разрешению проблемы). Но такой подход не позволит разрешить проблемы глобально и скорее отвлечет от нее, приводя к затягиванию процесса реформирования международного налогообложения.

Второй подход – принятие всеобъемлющего, долгосрочного решения, или решения, которое можно будет применять как к цифровым моделям бизнеса, так и к обычным моделям ведения бизнеса. В их числе: новый подход к толкованию понятия постоянного представительства; принятие новой системы налогообложения, при которой государство, в котором уплачивается налог, определяется местом нахождения конечного потребителя товара или услуги. Полагаем, что наиболее перспективно для определения статуса постоянного представительства в условиях цифровой экономики является новое предложение по толкованию понятия постоянного представительства.

Одним из предложений по преодолению привязки института постоянного представительства к критерию физического нахождения предлагается интерпретация места ведения предпринимательской деятельности, изложенная в ст. 5 Модельной конвенции ОЭСР. Предлагается толковать данное понятие также с точки зрения виртуального присутствия в стране, при котором можно использовать различные критерии применительно к конкретному государству.

Таким образом, подход к переосмыслению статуса постоянного представительства заключается в том, что требуется интерпретация понятия постоянного представительства на уровне толкования, а именно отказ от привязки к такому признаку как физическое присутствие в стране ведения предпринимательской деятельности и использование иных критериев.

Волкова А. С.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Волкова Анна Сергеевна, студентка 4 курса Белорусского государственного университета, г. Минск, Беларусь, law.volkovaAS@bsu.by

Научный руководитель: канд. юрид. наук, доцент Сидорчук В. К.

Расширение коммуникационных связей в современном мире приводит к постоянному росту объемов и значения рекламы. Продвижение любого товара или услуги на рынке неразрывно связано с осуществлением активной рекламной деятельности, обеспечивающей возможность ознакомления потребителя с предлагаемыми товарами и услугами, а также влияющая на производимый потребителем выбор.