

Налогообложение

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В АЗИАТСКИХ СТРАНАХ

Е. Е. ЧЕРНЯКОВА
Л. А. АСЛАПОВСКАЯ

Интернет-торговля активно развивается во всем мире, и Китай, а также еще ряд стран Азии входят в десятку крупнейших ее участников. Россия в эту десятку стран не входит. При этом страны-члены ЕАЭС (Казахстан и Беларусь – в 2022 г., а Армения и Кыргызстан – в 2023 г.) внесли изменения в свое налоговое законодательство, ухудшающие положение российских участников интернет-торговли. Национальное законодательство ЕАЭС в области налогообложения не отражает реалии текущего состояния интернет-торговли и делает возможным введение странами-членами положений налогового законодательства, дестимулирующих развитие трансграничной интернет-торговли в ЕАЭС.

В статье рассмотрено налогообложение интернет-торговли в некоторых азиатских странах, являющихся мировыми лидерами в этой сфере и одновременно стратегическими партнерами России. Опыт этих стран в исследуемой области может быть очень полезен для России.

Ключевые слова: НДС, интернет-торговля, принцип страны назначения, принцип страны происхождения, ЕАЭС, Россия, Китай, Индия, Малайзия, Индонезия.

JEL: H20, H25, K 34, F10.

В 2022 г. Казахстан и Беларусь, а в 2023 г. Армения и Кыргызстан, которые являются, так же как и Россия, странами-членами ЕАЭС, ввели НДС на товары в рамках трансграничной интернет-торговли. В результате российские ее участники оказались в невыгодных экономических условиях. Возникло двойное налогообложение: НДС по товарам в рамках интернет-торговли в случае, если покупателем является физическое лицо, должен быть уплачен и в России, и в иной соответствующей стране-члене ЕАЭС, т.е. и в стране происхождения товара, и в стране назначения. В апреле 2023 г. Минфин России подготовил законопроект о внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации (ID проекта 02/04/04-23/00137607). Законопроект предполагает при уплате НДС переход от принципа страны происхождения к принципу страны назначения в случае реализации товаров через электронные торговые площадки физическим лицам.

Китай

Китай является одним из ключевых стратегических партнеров России и одновременно, согласно данным отчета об электронной торговле Statista, остается крупнейшим рынком онлайн-торговли в мире. В отчете отмечено, что в 2023 г. мировой рынок электронной торговли преодолел порог в 2 трлн долл. США. При этом Китай по показателю электронной торговли занимает первое место с объемом продаж в 1318,7 млрд долл. США и, как указано в отчете, останется лидером до 2027 г. [9].

То, что Китай занимает такую позицию, во многом заслуга таких китайских цифровых гигантов, как JD.com и Alibaba, а также дочерних предприятий второй компании (Tmall и Taobao), которые доминируют не только в китайском ритейле, но и во всем Южно-Азиатском регионе. Внушительное проникновение китайской трансграничной электронной торговли наблюдается в Европе, а также в странах Северной Америки.

Чернякова Елена Евгеньевна, и.о. заведующего и старший научный сотрудник лаборатории развития налоговой системы РАНХиГС при Президенте Российской Федерации (Москва), e-mail: Chernyakova-ee@ranepa.ru; Аслаповская Любовь Антоновна, младший научный сотрудник РАНХиГС при Президенте Российской Федерации (Москва), e-mail: Aslapovskaya-la@ranepa.ru

В определенной степени опыт Китая в регулировании отрасли идет вразрез с подходами соседних стран региона, где рынок онлайн-торговли почти полностью обеспечивается местными площадками и, соответственно, ритейлерами, и поэтому нельзя говорить о жесткой конкуренции между ними и западными игроками-гигантами (например, Yahoo, Apple и т.д.).

В то же время с 2021 г. правительство Китая стремилось скорректировать дисбаланс среди отечественных участников рынка, наложив штрафы на таких гигантов, как Meituan и Alibaba, за эксклюзивные соглашения с продавцами своих платформ, противоречащие антимонопольному законодательству [21]. Например, распространенный вид такой «насиленной эксклюзивности» – требование к ритейлерам продавать свои товары только на данной электронной площадке и нигделибо еще в виртуальном пространстве. В России подобной проблемы пока не существует.

Первые шаги по регулированию отрасли были предприняты правительством КНР в 2019 г. изданием Закона об электронной торговле. В соответствии с ним продавцы должны сами подавать декларации и платить налоги, цифровые же площадки обязаны лишь уведомлять об этой необходимости [8]. Закон также направлен на обязательную регистрацию операторов онлайн-торговли (продавцов) и операторов онлайн-платформ как представителей легального бизнеса – например, за последними закрепляется обязанность собирать и передавать регистрационную и налоговую идентификацию «третьих участников» бизнес-процесса в регулирующий орган.

Иностранные продавцы обязаны образовывать ИП или юридическое лицо, если ведут свою торговую деятельность через китайские внутренние маркетплейсы. Если же реализация товара происходит через специализированные международные веб-порталы (JD Worldwide или Tmall Global), то такого требования нет. На данный момент в Китае отсутствует возможность регистрации НДС напрямую

для иностранной компании; функции налогового агента для таких иностранных поставщиков может выполнять только китайская компания. Некоторые электронные платформы, особенно крупные, предоставляют подобные услуги для своих операторов торговли. Однако если этой опции нет, иностранная компания вынуждена запрашивать услуги третьей стороны для выполнения обязательств перед контрольно-надзорными органами. В связи с этим эксперты подчеркивают, что во многих случаях для зарубежных предпринимателей в сфере интернет-торговли выгоднее и проще иметь юридическую регистрацию своего бизнеса в Китае [6]. При этом ответственность за несоблюдение обязательств (штрафы за неуведомление о регистрации, неуплату налогов и т.д.) по данному закону ложится как на продавцов, так и на площадки.

Эксперты и исследователи сферы налогообложения цифровой экономики Китая отмечают, что, несмотря на развитие в стране электронной торговли, отрасль отрегулирована фрагментарно и не за счет создания специализированной нормативно-правовой базы. В результате налогообложение онлайн-торговли происходит в стране на общих основаниях уже существующих налоговых правил и зачастую зависит от конкретного оператора онлайн-платформы, т.е. от того, какие типы налогов с доходов своих пользователей-продавцов удерживает конкретная площадка и удерживает ли вообще [15].

Отдельно выделим инициативы и конкретные меры государства в отношении онлайн-торговли в Китае, осуществленные в 2023 г.

Из текущих событий в отношении регулирования отрасли в КНР рассмотрим, во-первых, новую налоговую политику, направленную на уменьшение расходов на доставку и возврат товаров трансграничной электронной торговли, осуществляемой китайскими компаниями [7]. В целях ускорения разработки новых форматов внешней торговли и содействия ее качественному развитию 30 января 2023 г. три ведомства Китая – Министерство

финансов, Главное таможенное управление и Государственная налоговая администрация — совместно опубликовали Объявление о налоговой политике в отношении возвращенных товаров в рамках трансграничной электронной торговли № 4.

Импортные пошлины, импортный НДС и налог на потребление (при возврате товаров в Китай) не будут взиматься по товарам (за исключением продуктов питания), экспортеры которых декларировали экспорт в соответствии с рядом таможенных режимов — кодов таможенного надзора (1210 (режим таможенного импорта при онлайн-покупках), 9610 (режим трансграничной электронной торговли В2С), 9710 (режим трансграничной электронной торговли В2В) и 9810 (режим трансграничного экспорта на зарубежные склады при электронной торговле)) в течение одного года, начиная с 30 января 2023 г., и которые возвращаются в первоначальном состоянии в течение шести месяцев с даты экспорта из-за плохих продаж или возврата покупателями.

Возврат в страну в первоначальном состоянии означает, что товарная форма при возврате экспортируемого товара в страну должна быть в основном такой же, как и первоначальная экспортная форма, не должны добавляться никакие аксессуары или компоненты и не допускается никакая обработка или модификация товара.

Экспортные пошлины, взимаемые во время экспорта, могут быть возвращены; НДС и налог на потребление, взимаемые во время экспорта, подпадают под действие применимых налоговых правил возврата товаров, проданных внутри страны. При этом налоговые льготы на экспорт должны быть возвращены в соответствии с существующими правилами.

Компания должна представить декларационный перечень экспортируемых товаров или экспортную декларацию, объяснение причин возврата и т.д. Для товаров, возвращаемых в страну в связи с отсутствием продаж, компа-

ния должна предоставить «самодекларацию» в качестве объяснения причин возврата и обещания вернуть товар; для товаров, возвращаемых в страну в связи с возвратом покупателями, компания должна предоставить детальную информацию о такой сделке (включая записи о возврате товара или записи об отказе купить товар) на платформе трансграничной торговли, соглашения о возврате и т.д. в качестве пояснительных материалов по причинам возврата.

Другая инициатива, пока существующая только в виде законопроекта, подготовленного парламентом КНР, коснулась общего закона об НДС, который, в том числе, будет включать и положения об электронной торговле. Законопроект может быть принят к концу 2023 г. Новый закон направлен на согласование китайского внутринационального права о НДС с международным в виде руководящих принципов ОЭСР по НДС. Цель документа, как отмечают его авторы, — не усилить налоговую нагрузку на бизнес, но оптимизировать и упростить процесс взимания и администрирования НДС для налогоплательщиков [16]. Преобразования для онлайн-торговли коснулись в первую очередь положений о налоговых агентах. Как было указано выше, согласно текущему законодательству от 2016 г., иностранная компания без представительства в Китае не может напрямую зарегистрироваться для целей уплаты НДС — вместо этого ее налоговым агентом регулирующий орган автоматически будет считать ее агента (посредника, онлайн-площадку) на территории или, если таковой отсутствует, покупателя¹. Из законопроекта были исключены требования об «агенте на территории», и налоговым агентом теперь во всех случаях будет считаться покупатель [10].

Несмотря на заявленную повестку оптимизации, для НДС в рамках электронной торговли законопроект не решил его основную проблему, связанную с администрированием.

¹ Caishui [2016] No. 36 (Circular 36). 24 March 2016.

Во-первых, он не привносит возможность регистрации НДС для иностранной компании-нерезидента напрямую. Во-вторых, требование об удержании и уплате НДС для частных потребителей может плохо поддаваться контролю со стороны налоговых органов государства и, с большой вероятностью, усложнит процесс налогового администрирования НДС для таких транзакций.

Индия

Индия, как и Китай, является важным стратегическим партнером России. Несмотря на такие же, как и в западных странах, активные расследования против цифровых гигантов, страна сочетает ужесточение антимонопольного законодательства в их отношении и некий либерализм на внутреннем рынке [2]. Из ужесточений для крупных цифровых компаний стоит выделить следующие: обязательное информирование потребителя о стране происхождения товара (если речь идет о маркетплейсе по типу Amazon, одного из лидеров продаж в Индии в этой отрасли), запрет на предоставление исключительных условий для каких-либо продавцов и проч. Также было анонсировано создание единой национальной площадки для онлайн-торговли во избежание монополии со стороны какого-либо игрока.

Для целей настоящей статьи обзор индийского опыта является существенным, поскольку, с одной стороны, сегодня в отечественной политической повестке наблюдается определенное сближение с Индией как с одной из ведущих экономик изучаемого региона, а с другой – применение ею режима уравнительного сбора – довольно уникальное явление для налогообложения онлайн-торговли.

В 2016 г. правительство Индии решило вопрос неналогообложения трансграничной электронной торговли посредством введения уравнительного сбора EQL (Equalization Levy) в размере 6% на транзакции, совершаемые индийским клиентом иностранному поставщику электронной услуги, который не имеет представительства на территории Индии, т.е.

не является резидентом страны. Как указывает М. Ерёвкин, такой сбор предлагался в плане BEPS ОЭСР 2015 г. лишь как одна из возможных временных мер для выравнивания налоговой нагрузки между отечественными и иностранными компаниями-налогоплательщиками; в плане подчеркивалось, что введение EQL на постоянной основе в национальное законодательство возможно только при наличии соответствующих положений в СИДН между конкретными странами [1]. Одним из существенных недостатков этого подхода является то, что во многих странах такого налога нет, а это создает угрозу двойного налогообложения для онлайн-бизнеса, поскольку в своей домашней юрисдикции налогоплательщик не может осуществить вычет.

Тем не менее уравнительный сбор и сейчас продолжает действовать в Индии, и сфера его применения за последние годы только расширилась. Так, в 2020 г. в Закон о финансах, предусматривавший EQL, были внесены изменения. Новый сбор в размере 2% стал распространяться и на торговлю товарами оператором электронной торговли, т.е. лицом, управляющим платформой или иным цифровым объектом, – или при его содействии; таким образом, появилось требование для онлайн-площадки об удержании и перечислении налога за своих продавцов [20]. Причем такой оператор должен быть нерезидентом и не иметь представительства в Индии, иначе его транзакции будут подпадать под положения редакции Закона от 2016 г. и облагаться 6%-ным уравнительным сбором.

Налог на товары и услуги GST (Goods and Service Tax) на онлайн-торговлю был введен в стране позже EQL, в 2017 г. В соответствии с ним продавец-резидент, реализующий свои товары или услуги на онлайн-площадке, облагается налогом, удерживаемым у источника в размере 1%. При этом его транзакции будут подпадать под действие закона о GST и, соответственно, облагаться налогом у источника только при годовой выручке, превысившей 500 тыс. индийских рупий (примерно 580 тыс.

руб.), однако регистрироваться для целей сбора и уплаты GST резидент обязан вне зависимости от размера его дохода. Если же участник электронной торговли — нерезидент Индии, то обязанность по уплате налога возлагается на индийского покупателя, но налог будет все равно удерживать онлайн-платформа [11].

Индонезия

Несмотря на однозначное доминирование в настоящий момент в других странах региона китайского рынка, темпы роста электронной торговли в них гораздо выше, чем в КНР. Так, вслед за Китаем, Индия и Индонезия также входят в топ-10 мировых лидеров в данной отрасли.

Как и в Китае, впервые регулирование электронной торговли в Индонезии начало действовать в 2019 г. на основании Закона о налогообложении транзакций, проходящих через цифровые платформы и маркетплейсы². В нем были описательно отражены основные понятия и подходы к налоговому регулированию отрасли, однако отсутствовали более подробные сведения о процедуре. Так, в частности, вводились определения продавцов и поставщиков услуг на электронных площадках, а также поставщиков электронных рынков (самых площадок). За первыми закреплялись следующие обязанности: исчислять, удерживать и уплачивать НДС самостоятельно (при доходе от 4,8 млрд индонезийских рупий в год, что составляет порядка 5,5 млрд руб.). Что важно: продавцы и поставщики услуг на электронных платформах также должны были сообщать свой ИНН их операторам. Операторы в соответствии с законом были обязаны передавать информацию о переводах в рамках своей системы в Главное налоговое управление.

Обложение НДС доходов от нематериальных товаров и услуг, предоставляемых посредством электронных платформ, было введено в

2020 г., и уже на начальном этапе действия налога в Индонезии его ставка была существенно выше, чем в других странах Юго-Восточной Азии, — 10%, в то время как в Сингапуре она составляла 7% (с 1 января 2023 г. была повышена до 8%), а в Малайзии — 6% (по налогу, схожему с НДС)³. От налога освобождены только незначительные продажи. НДС применяется, если доход с продаж за год превысит 42 тыс. долл. США, или 3,5 тыс. долл. США в месяц, или если 12 тыс. индонезийских пользователей посетят данную платформу электронной торговли за год, или 1 тыс. пользователей за один месяц.

Отметим, что, согласно дополнительному регламенту к Закону о гармонизации в части торговли с использованием цифровых систем от марта 2022 г. Министерства финансов Индонезии, ставка по НДС была увеличена до 11%, а с 2025 г. ожидается ее дальнейшее повышение до 12%⁴.

По общему правилу сбор НДС, подача декларации и уплата налога должны осуществляться любым физическим или юридическим лицом, осуществляющим деятельность в рамках электронной торговли; эти обязанности закрепляются за самим бизнесом, а не за оператором электронной торговли. Вместе с тем если речь идет об известных и крупных зарубежных поставщиках нематериальных товаров и услуг с использованием электронных платформ (Microsoft, Google, Alibaba Cloud, Netflix, Spotify, IBM, Amazon, Twitter, Skype, LinkedIn), то именно эти цифровые площадки будут ответственны за сбор отчетности и НДС, а также его перечисление в налоговый орган. Помимо этого, крупнейшие отечественные площадки (Shopee, Tokopedia, Blibli, Bukalapak) также были назначены Минфином Индонезии сборщиками НДС вместо их пользователей, предоставляющих услуги и продающих нематериальные товары через данные маркетплейсы и сервисы. Отметим, что названные индоне-

² Regulation No. 210/PMK.010/2018.

³ Regulation No. 48/PMK.03/2020.

⁴ Regulation No. 60/PMK.03/2022.

зийские операторы размещают на своих площадках и материальные товары. Таким образом, Минфин вправе назначать ту или иную компанию-платформу налоговым агентом вместо ее пользователей-продавцов, и фактически в настоящее время исчисление, удержание и уплата НДС полностью возложены на эти компании-платформы.

Одновременно укажем на то, что повестка, касающаяся законов о конкуренции и антимонопольного законодательства в сфере электронной торговли, за последний год стала звучать в администрациях почти всех стран Юго-Восточной Азии [18]. Так, например, в сентябре 2022 г. Комиссия по вопросам конкуренции Индонезии провела расследование по вопросу нарушения Закона о конкуренции Индонезии IT-гигантом Google [14]. В связи с этим эксперты отмечают, что в 2023 г. можно ожидать появления новых законов и правил, которые будут определять и регулировать отрасль. Толчком для такой политики контрольно-надзорных органов страны могли послужить схожие дела, которые Еврокомиссия возбуждала против Google в 2017 и 2021 гг. [4]. Между тем в середине 2022 г. ЕС и Великобритания расширили перечень возможных нарушителей, начав расследования относительно Apple, Amazon и др. (на некоторые из них компании должны подать апелляции в текущем 2023 г. [5]).

Малайзия

Налог GST как часть системы косвенного налогообложения был полностью упразднен в Малайзии в 2018 г. как часть налоговой политики, проводимой новой правящей партией. Вместо него правительство ввело налог с продаж и услуг, или налог на потребление SST (Social Security Tax). При этом существенная часть сделок, которая раньше подлежала обложению GST, перестала подпадать под действие нового налогового законодательства (особенно это проявилось в сфере купли-продажи и аренды недвижимости, где многие сделки перестали облагаться налогом [22]).

Налог на электронную торговлю (его малазийское название — цифровой налог) здесь действует с 2020 г. и является одним из самых низких в мире — 6% [12]. Государственные органы Малайзии не относят этот налог к какой-либо общепринятой классификации косвенных налогов, однако в СМИ и научной литературе, посвященных сравнению налоговых режимов в разных странах, его принято рассматривать как малазийский аналог НДС, или GST для электронной торговли. В действительности сфера действия этого налога относительно ограниченная, поскольку касается только иностранных поставщиков товаров и услуг, получающих доход за счет малазийских покупателей. Такие поставщики обязаны зарегистрироваться для целей уплаты налога, подавать декларацию, удерживать и уплачивать налог, если годовая выручка превысит 500 тыс. рингитов (чуть более 10 млн руб.). Причем это не обязательно должны делать сами предприниматели на маркетплейсах — в данном случае все зависит от конкретной площадки: является ли она налоговым агентом для своих продавцов или те должны исполнять свои налоговые обязательства перед малазийским регулятором самостоятельно [13].

Отметим, что рынок онлайн-торговли в стране довольно диверсифицирован, т.е. в топе ведущих маркетплейсов по продажам и посещению веб-страниц пользователями наряду с китайскими и американскими цифровыми гигантами (подразделения Alibaba и Amazon) присутствуют и отечественные площадки (PGMall, Lelong, Mudah и т.д.) [17]. Отсюда следует, что малазийское правительство стремится стимулировать развитие отечественной онлайн-торговли и, в частности, местный бизнес, реализующий свои товары и услуги онлайн, так как покупателю становится все выгоднее приобретать продукцию малазийского происхождения таким образом, о чем особенно значимо свидетельствуют последние изменения налоговой политики в стране. Так, Малайзия, благодаря своим относительно низким налоговым ставкам и мягким правилам

ведения онлайн-бизнеса, остается одной из наиболее благоприятных юрисдикций для развития электронной торговли, в том числе и трансграничной.

В начале 2023 г. преобразования затронули некоторые аспекты косвенного налогообложения электронной торговли в Малайзии. С апреля 2023 г. малазийские покупатели, приобретающие товары за границей, в зонах беспошлинной торговли (Пангор, Лабуан, Лангави, Тиоман) и свободных экономических зонах, должны будут заплатить 10%-ный налог на потребление [19]. Данный налог касается только товаров стоимостью до 500 ринггитов (чуть более 10 тыс. руб.).

Вышеописанный опыт азиатских стран содержит ряд аспектов, которые могут быть полезны для России.

Во-первых, принцип страны назначения применяется в азиатских странах в отношении трансграничной торговли В2С. Этот принцип при взимании косвенных налогов во взаимной торговле применяется во многих странах мира. Он закреплен и во взаимной торговле между странами Евразийского экономического союза в ст. 72 Договора о ЕАЭС. Однако действие этого принципа не распространяется на торговлю В2С. В отношении В2С-торговли его, как мы указывали выше, на данный момент начали применять четыре из пяти стран ЕАЭС.

Как мы отмечали ранее, одновременное применение принципов страны назначения и страны происхождения приводит к двойному налогообложению во взаимной торговле, которое дестимулирует развитие интернет-торговли, в том числе и в рамках интеграционного объединения. Поэтому поиск взаимовыгодного решения этой проблемы для всех стран-членов ЕАЭС чрезвычайно важен, тем более в сложных геополитических реалиях, когда усиление Союза особенно актуально [3].

Во-вторых, опыт Китая, Индонезии, Индии и Малайзии говорит о большей вовлеченно-

сти электронных торговых платформ в исполнение налоговых обязательств участниками трансграничной интернет-торговли. При этом вовлеченность платформ неодинакова как внутри одной страны, так и во взаимной торговле между странами. Так, в Индонезии Министерством финансов определен список платформ, которые выполняют роль налоговых агентов. В Китае в случае торговли через внутренние маркетплейсы иностранные продавцы обязаны создавать ИП или регистрировать юридическое лицо. Если же торговля осуществляется через китайские специализированные международные площадки, например через JD Worldwide, Tmall Global, то регистрация в стране не нужна. При этом международные площадки в большинстве случаев исполняют роль налоговых агентов, иначе иностранному продавцу самому приходится находить китайскую компанию, которая будет его налоговым агентом.

Опыт Китая может быть интересен и с точки зрения стимулирования развития трансграничной интернет-торговли путем упрощения и облегчения возврата товаров, которые не нашли своего покупателя или были им возвращены. Необходимо уделять отдельное внимание данному аспекту трансграничной интернет-торговли, особенно в условиях двойного налогообложения. Отметим еще и китайский законопроект 2023 г., в котором присутствует требование об удержании и уплате НДС физическими лицами-потребителями. Как можно предположить, это требование будет плохо поддаваться налоговому контролю и, с большой вероятностью, усложнит процесс администрирования НДС по транзакциям трансграничной интернет-торговли. Соответственно, в будущем эффективность этого налогового изменения, если власти КНР все же одобряют законопроект, будет целесообразно изучить в рамках анализа зарубежного опыта налогообложения интернет-торговли. ■

Литература

1. Ерёмкин М.А. Правовые аспекты регулирования налогообложения электронной коммерции: опыт Индии // *Налоги и налогообложение*. 2019. № 12. С. 43–52.
2. Онлайн-торговля в Азии после пандемии получила большие перспективы // *Retail&Loyalty*. URL: <https://retail-loyalty.org/articles/onlayn-torgovlya-v-azii-posle-pandemii-poluchila-bolshie-perspektivy/>
3. Шаталов С.Д., Вишневская Н.Г. НДС в трансграничных операциях стран ЕАЭС: к гармонизации законодательства стран-членов // *Финансы*. 2022. № 9. С. 38–42.
4. Antitrust: Commission opens investigation into possible anticompetitive conduct by Google in the online advertising technology sector // *European Commission*. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_21_3143
5. Apple appeals investigation by UK competition watchdog // *Reuters*. URL: <https://www.reuters.com/technology/apple-appeals-investigation-by-uk-competition-watchdog-2023-01-20/>
6. Arendse Huld. How to Sell to Chinese Consumers through Cross-Border E-Commerce Platforms // *China Briefing*. URL: <https://www.china-briefing.com/news/sell-to-china-consumers-cross-border-e-commerce/>
7. China Announces Tax Policy for Goods Return for Cross-Border E-Commerce Exports // *HKTDC Research*. URL: <https://research.hktdc.com/en/article/MTI5OTU0NTEyNg>
8. E-Commerce Law of the People’s Republic of China (Adopted at the Fifth Session of the Standing Committee of the 13th National People’s Congress on August 31, 2018). URL: https://ipkey.eu/sites/default/files/documents/resources/PRC_E-Commerce_Law.pdf
9. eCommerce report 2023 // *Statista*. URL: <https://www.statista.com/study/42335/e-commerce-report/>
10. First round review of the draft PRC VAT Law // *KPMG*. URL: <https://kpmg.com/cn/en/home/insights/2023/01/china-tax-alert-03.html>
11. GST Registration for Ecommerce Collecting TCS under GST // *Cleartax*. URL: <https://cleartax.in/s/gst-registration-for-ecommerce>
12. Healy Consultants Group Blog. URL: <https://blog.healyconsultants.com/discussing-regulations-and-taxation-issues-that-malaysia-cross-border-e-commerce-firms-need-to-pay-attention-to/>
13. How Much Do You Know about the Digital Tax in Malaysia? // *iMoney*. URL: <https://www.imoney.my/articles/digital-tax-malaysia>
14. ICC Initiate Investigation on Google for Alleged Monopoly Practices and Unfair Business Competition // *KPPU*. URL: <https://eng.kppu.go.id/icc-initiate-investigation-on-google-for-alleged-monopoly-practices-and-unfair-business-competition/>
15. Indirect Tax Developments in Asia – Spotlight on the Digital Economy // *Bloomberg Tax*. URL: <https://news.bloombergtax.com/daily-tax-report-international/indirect-tax-developments-in-asia-spotlight-on-the-digital-economy>
16. Lewis Lu. China’s VAT legislation makes progress // *International Tax Review*. URL: <https://www.internationaltaxreview.com/article/2baekymm2wiiyxzbzq2v40/sponsored/chinas-vat-legislation-makes-progress>
17. Most Visited Marketplace Websites in Malaysia // *Similarweb*. URL: <https://www.similarweb.com/top-websites/malaysia/e-commerce-and-shopping/marketplace/>
18. Rajah & Tann. Asia, Regional Competition Report 2022 – Digital and E-Commerce // *Lexology*. URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=30309e6a-57d2-4ad2-b958-f795106b44e1>
19. Royal Malaysian Customs Department Announcement. Sales tax on low value goods (LVG) 1/2023. 6 January 2023.
20. Taxation of E-Commerce Transactions in Income Tax & GST // *Legal Window*. URL: <https://www.legalwindow.in/taxation-of-e-commerce-transactions-in-income-tax-gst/>
21. Wei Sheng. What is ‘forced exclusivity’? And why did it get Alibaba fined \$2.8 billion? // *Technode*. URL: <https://technode.com/2021/04/15/what-is-forced-exclusivity-and-why-did-it-get-alibaba-fined-2-8-billion/>
22. What you need to know about SST? // *Mudah.my*. URL: <https://insights.mudah.my/what-you-need-to-know-about-sst/>

References

1. Eremkin M.A. The legal aspects of e-commerce taxation regulation: The Indian experience // *Nalogi i Nalogooblozhenie*. 2019. No. 12. P. 43–52.
2. On-line commerce in Asia after the pandemic has gained great prospects // *Retail&Loyalty*. URL: <https://retail-loyalty.org/articles/onlayn-torgovlya-v-azii-posle-pandemii-poluchila-bolshie-perspektivy/>

3. Shatalov S.D., Vishnevskaya N.G. VAT in cross-border transactions of EAEU countries: Towards harmonization of member states' legislation // *Finansy*. 2022. No. 9. P. 38–42.
4. Antitrust: Commission opens investigation into possible anticompetitive conduct by Google in the online advertising technology sector // European Commission. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_21_3143
5. Apple appeals investigation by UK competition watchdog // Reuters. URL: <https://www.reuters.com/technology/apple-appeals-investigation-by-uk-competition-watchdog-2023-01-20/>
6. Arendse Huld. How to Sell to Chinese Consumers through Cross-Border E-Commerce Platforms // China Briefing. URL: <https://www.china-briefing.com/news/sell-to-china-consumers-cross-border-e-commerce/>
7. China Announces Tax Policy for Goods Return for Cross-Border E-Commerce Exports // HKTDC Research. URL: <https://research.hktdc.com/en/article/MTI5OTU0NTEyNg>
8. E-Commerce Law of the People's Republic of China (Adopted at the Fifth Session of the Standing Committee of the 13th National People's Congress on August 31, 2018). URL: https://ipkey.eu/sites/default/files/documents/resources/PRC_E-Commerce_Law.pdf
9. eCommerce report 2023 // Statista. URL: <https://www.statista.com/study/42335/e-commerce-report/>
10. First round review of the draft PRC VAT Law // KPMG. URL: <https://kpmg.com/cn/en/home/insights/2023/01/china-tax-alert-03.html>
11. GST Registration for Ecommerce Collecting TCS under GST // Cleartax. URL: <https://cleartax.in/s/gst-registration-for-ecommerce>
12. Healy Consultants Group Blog. URL: <https://blog.healyconsultants.com/discussing-regulations-and-taxation-issues-that-malaysia-cross-border-e-commerce-firms-need-to-pay-attention-to/>
13. How Much Do You Know about the Digital Tax in Malaysia? // iMoney. URL: <https://www.imoney.my/articles/digital-tax-malaysia>
14. ICC Initiate Investigation on Google for Alleged Monopoly Practices and Unfair Business Competition // KPPU. URL: <https://eng.kppu.go.id/icc-initiate-investigation-on-google-for-alleged-monopoly-practices-and-unfair-business-competition/>
15. Indirect Tax Developments in Asia – Spotlight on the Digital Economy // Bloomberg Tax. URL: <https://news.bloombergtax.com/daily-tax-report-international/indirect-tax-developments-in-asia-spotlight-on-the-digital-economy>
16. Lewis Lu. China's VAT legislation makes progress // International Tax Review. URL: <https://www.internationaltaxreview.com/article/2baekymm2wiixybq2v40/sponsored/chinas-vat-legislation-makes-progress>
17. Most Visited Marketplace Websites in Malaysia // Similarweb. URL: <https://www.similarweb.com/top-websites/malaysia/e-commerce-and-shopping/marketplace/>
18. Rajah & Tann. Asia, Regional Competition Report 2022 – Digital and E-Commerce // Lexology. URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=30309e6a-57d2-4ad2-b958-f795106b44e1>
19. Royal Malaysian Customs Department Announcement. Sales tax on low value goods (LVG) 1/2023. 6 January 2023.
20. Taxation of E-Commerce Transactions in Income Tax & GST // Legal Window. URL: <https://www.legalwindow.in/taxation-of-e-commerce-transactions-in-income-tax-gst/>
21. Wei Sheng. What is 'forced exclusivity'? And why did it get Alibaba fined \$2.8 billion? // Technode. URL: <https://technode.com/2021/04/15/what-is-forced-exclusivity-and-why-did-it-get-alibaba-fined-2-8-billion/>
22. What you need to know about SST? // Mudah.my. URL: <https://insights.mudah.my/what-you-need-to-know-about-sst/>

Taxation of Cross-border E-commerce in Asia

Elena Ye. Chernyakova – Acting Head and Senior Researcher of Department for Tax System Development of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Moscow, Russia). E-mail: Chernyakova-ee@ranepa.ru

Lubov A. Aslapovskaya – Junior Researcher of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Moscow, Russia). E-mail: Aslapovskaya-la@ranepa.ru

E-commerce is actively developing all over the world; China, as well as several other Asian countries, are among the ten major participants in e-commerce in the world, but Russia is not. At the same time, the EAEU member countries (Kazakhstan and Belarus) amended their tax legislation in 2022, Armenia, Kyrgyzstan in 2023 worsening the situation of Russian participants in online trading. The supranational tax legislation of the EAEU does not reflect the realities of the current level of e-commerce development and makes it possible for member countries to introduce tax legislation provisions that disincentivize the development of cross-border e-commerce in the EAEU.

The article examines the taxation of e-commerce in several Asian countries, some of which are leaders in e-commerce in the world, as well as strategic partners of Russia.

Key words: VAT, e-commerce, country of destination principle, country of origin principle, EAEU, Russia, China, India, Malaysia, Indonesia.

JEL-codes: H20, H25, K 34, F10.