

УДК 336.22

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВВЕДЕНИЯ НАЛОГА НА СБОР ДАННЫХ**Молодых В.А.,**Санкт-Петербургский университет МВД Российской Федерации, Санкт-Петербург,
email: v.a.molodyh@yandex.ru

Аннотация. Введение налога на данные является логичным продолжением развития Интернет-сектора экономики и может помочь в решении двух ключевых проблем: низкий уровень защиты информации, а также отсутствие адекватной компенсации за предоставление пользовательских данных. В этой связи цель статьи заключается в решении практических проблем, связанных с введением налога на сбор данных и определении его ключевых элементов. Результат исследования показали необходимость обеспечения надежности и транспарентности законодательства, особенно в части обеспечения защиты и конфиденциальности данных; реализации прав налогоплательщиков и пользователей на отказ от сбора или предоставления данных; предоставления возможности вычета суммы из налогооблагаемой базы корпоративного подоходного налога.

Ключевые слова: цифровая экономика, налогообложение, база данных, налоговое администрирование.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF INTRODUCING A TAX ON DATA COLLECTION**Molodykh V.A.,**St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation,
St. Petersburg,
email: v.a.molodyh@yandex.ru

Abstract. The introduction of a data tax is a logical continuation of the development of the Internet sector of the economy and can help solve two key problems: a low level of information protection, as well as the lack of adequate compensation for the provision of user data. In this regard, the purpose of the article is to solve practical problems related to the introduction of a tax on data collection and to identify its key elements. The result of the study showed the need to ensure the reliability and transparency of legislation, especially in terms of ensuring data protection and confidentiality; exercising the rights of taxpayers and users to refuse to collect or provide data; providing the opportunity to deduct the amount from the taxable base of corporate income tax.

Keywords: digital economy, taxation, database, tax administration.

Создание эффективного рынка в сфере обращения данных, а также обеспечение защиты интересов пользователей требует решение множества задач, в том числе, введение механизма налогообложения. В последнее время исследователи для решения данных проблем предлагают введение «налога на сбор данных» [10]. При этом данная концепция не нашла своего практического применения, так как остаются неурегулированными как с экономической, так и правовой стороны ряд вопросов, таких как: определение индивидуальной и материальной сферы применения налога, расчет налогооблагаемой базы и обоснование ставок налога, а также ряд других элементов, наличие которых является необходимым условием введения налога.

Также необходимо наличие достаточной нормативно-правовой базы, касающейся защиты данных, а также реализация прав индивидов отказа от предоставления информации. Нерешенной остается проблема двойного налогообложения, т.е. необходимо предусмотреть возможности вычета сумм налога за сбор данных из налогооблагаемой базы, а именно корпоративной прибыли. Неисследованными остаются средние и долгосрочные последствия введения данного налога такие как рост цифрового разрыва в разрезе отраслей и территорий, дискриминация высокотехнологических компаний и перекладывание затрат на конечных пользователей.

В этой связи **цель статьи** заключается в оценке возможности введения налога на сбор данных (НСД), а именно:

- идентифицировать налогоплательщиков и определение лиц, освобожденных от уплаты налогов;
- определить сферу применения налога;
- установить налогооблагаемую базу и ставку налога;
- выявить фактические последствия введения налога с экономической точки зрения, а также определить спорные вопросы;
- предложить направления распределения средств, собранных за счет введения НСД.

Материалы и методы

Создание рынка данных с возможностью обеспечения конфиденциальности пользователей, которые не желают принимать участие в соответствующих рыночных отношениях, может стать оптимальным решением двух ключевых проблем, а именно:

- низкий уровень конфиденциальности;
- отсутствие адекватной компенсации за предоставление пользовательских данных.

Очевидно, что появление такого рынка принесло бы пользу всем его участникам. Пользователи смогут защитить свою конфиденциальность и получить справедливую компенсацию за данные, которыми они решили поделиться. Агрегаторы данных смогут собирать их более прозрачным и организованным образом, поскольку они начнут закупать это «новое сырье» непосредственно у источника в обмен на справедливую оплату [4]. Такой открытый процесс может устранить несоответствия, возникающие в настоящее время между собранными данными и информацией, которая действительно необходима агрегатору.

Рыночный механизм предполагает возможность целенаправленно ориентироваться на определенные данные, открыто запрашивая их в случае необходимости у пользователей [5]. При наличии надлежащего законодательного регулирования и государственного контроля рынок данных может функционировать как любой другой рынок и в значительной степени быть саморегулируемым. Организация транзакций данных через такой механизм будет иметь преимущество, заключающееся в минимизации любых экономических искажений, которые могут возникнуть в результате «вновь возникшей» необходимости адекватно компенсировать стоимость данных, генерируемых пользователями [7].

Создание такого информационного рынка в настоящее время невозможно по ряду причин, в том числе технического и организационного характера [6]. Эти ограничения необходимо преодолевать, так как существует очевидная и постоянно расту-

шая потребность защиты интересов наиболее уязвимого участника рынка данных, а именно, пользователей. Введение НДС может стать одним из таких решений, которое позволит решить часть проблем.

Для эффективного введения налога на сбор данных потребуются тщательный анализ ряда аспектов, включая определение приблизительной стоимости данных на одного пользователя. При этом НДС должен быть простым в реализации и эффективным вариантом, который вызовет лишь минимальные экономические искажения.

Основная цель введения налога на сбор данных — это взимание с агрегаторов данных платы за «сырье», которые они в настоящее время собирают либо бесплатно, либо в обмен на предоставление цифровых услуг. На рынке данных оплата за отдельную информацию, полученную от пользователя, должна производиться напрямую. В соответствии с этим НДС будут облагаться коллективные данные, полученные от пользователей, проживающих в одном государстве, и поступать в бюджет соответствующей страны. Исходя из этого, суть НДС состоит в том, чтобы внедрить такой налог, который тесно соприкасается с экономической и фактической реальностью, но при этом не вызывает больших юридических разногласий. При этом введение НДС также будет способствовать формированию цивилизованного рынка данных, что требует детальной проработки следующих аспектов:

- обоснование необходимости введения НДС;
- выбор места жительства пользователей в качестве критерия плательщика налога;
- определение актуальности и ценности коллективных данных;
- обоснование механизма оплаты в обмен на предоставленные данные.

Результаты и обсуждение

Концепция НДС в определенной степени опирается на аналогию данных с природными ресурсами. Пользователи, как и природные ресурсы, географически привязаны к определенному месту и обладают уникальными характеристиками. Данные, собираемые различными агрегаторами, также касаются конкретных пользователей, расположенных в разных местах. При этом данные, собранные от пользователей одной страны, могут быть использованы с целью анализа общих тенденций, выявления доминирующих культурных компонентов, основных привычек и других национальных особенностей, что будет учитываться при производстве товаров и услуг для локальных рынков.

Соответственно, данные, собранные в одном месте, преимущественно используются для целей производства товаров и услуг, касающихся жителей конкретного региона. Например, данные, собранные от пользователей, находящихся в России, обычно не используются для оказания услуг в Казахстане. Кроме того, анализ значительных объемов данных, принадлежащих жителям одного государства, позволяет получить подробную конфиденциальную информацию о ее жителях, например, об их привычках, политических предпочтениях и наиболее частых проблемах со здоровьем. В этой связи тезис о том, что данные действительно составляют часть коллективного национального богатства, также как и природные ресурсы, является актуальным.

Государство обычно отдает такие ресурсы в доверительное управление от имени своих граждан и собирают плату за их добычу в виде введения различных налогов, например, налога на добычу полезных ископаемых [2]. Точно так же, как рента, свя-

званная с природными ресурсами, рассматривается как полноценный объект налогообложения там, где они расположены, так и рента, связанная с информацией о резидентах страны, в современных условиях должна рассматриваться аналогичным образом. Таким образом, монетизация коллективного национального актива, который представляют собой данные, может представлять собой форму налогообложения посредством выплаты роялти, т.е. платежей, которые компании уплачивают в бюджетную систему страны за разрешение заниматься определенными видами деятельности.

Введение НДС также приведет к возникновению косвенных положительных эффектов [3]. Основной из них связан с тем, что органы государственной власти могут действовать в качестве доверенного лица, реализуя механизм коллективной власти от имени пользователей, которые практически не имеют переговорной силы в отношении своих данных с транснациональными компаниями (ТНК). Данный позитивный эффект также обусловлен тем, что пользователи смогут получить дополнительную выгоду от компенсации, которую им будут выплачивать за предоставленные данные, в сочетании с целевым перераспределением средств, полученных от уплаты НДС.

Аналогичным образом, сбор компенсационных выплат государством в форме НДС может позволить более эффективно контролировать поток данных и, следовательно, привести к более точной оценке их ценности, а также предотвратить их нецелевое использование. Фактически, чтобы свободно доступные данные были должным образом монетизированы, они должны стать дефицитным товаром. Это предполагает наличие механизма эффективного контроля над каждым агрегатором данных, а не только онлайн-платформами или маркетплейсами. Даже если большая часть пользователей в отдельной стране отказывается участвовать в цифровом бартере, брокеры данных все равно могут продолжать собирать их, не выплачивая пользователям соответствующую компенсацию и, что более важно, делать это без их согласия. В этой связи, государство в лице контролирующих органов должно регулировать реальную интернет-инфраструктуру своей страны, чтобы обеспечить эффективный контроль трафика данных и предотвратить любой несанкционированный процесс их сбора без уплаты НДС.

Для целей введения НДС при определении рыночных субъектов в качестве определения пользователей более целесообразно использование критерия их фактического проживания, а не гражданства. Обоснование данного подхода можно проиллюстрировать на примере информации, которую потребители предоставляют о себе, пользуясь поисковой системой. Гражданство демонстрирует наличие простой юридической связи, тогда как место жительства показывает не только юридическую, но и фактическую связь. Данные собираются и используются с помощью приложений, веб-сайтов, устройств и других инструментов с помощью которых пользователи пользуются Интернетом. Такая информация ценна из-за своей способности отражать повседневную жизнь, решения, эмоции и характерные черты конкретных пользователей, которые будут иметь значение для компаний, действующих на этих локальных рынках. Следовательно, критерий фактического местонахождения будет наиболее подходящим.

Во избежание двусмысленности в юридической практике понятие места жительства должно быть установлено как можно точнее, поэтому в налоговое законодательство, касающиеся НДС должна быть включена конкретная концепция проживания пользователей с акцентированием внимания на их физическом присутствии.

Налоговое администрирование в отношении НДС должно включать возможности по отслеживанию, идентификации, разделению и передачи данных, а также возможности продажи данных агрегатором. При этом необходимо учитывать тот факт, что ценность информации может расти экспоненциально по мере увеличения их объема. Соответственно, НДС может обеспечить более точную компенсацию, которая будет отражать истинную ценность данных, собранных в стране. В контексте рынка данных каждое использование информации приносит вознаграждение, тогда как НДС подразумевает проведение компенсационных выплат единовременно в заданный налоговый период. Тем не менее, в первом случае показатель ценности всегда будет рассчитываться для конкретного пользователя, тогда как во втором данная характеристика будет определяться для каждой страны и, следовательно, отражать экспоненциальный характер стоимости данных в зависимости от их объема. В сочетании с адекватным распределением средств очевидно, что сумма, полученная от НДС будет больше при выборе второго варианта.

Как было отмечено выше, механизм налога на сбор данных практически полностью аналогичен налогообложению природных ресурсов. Государство будет получать компенсацию за данные своих жителей от их имени. Как и любая сырьевая компания, предприятия с высоким уровнем цифровизации также начнут платить соответствующую сумму в обмен на право собирать и использовать данные.

Впоследствии при расчете суммы налога следует принимать во внимание исключительно стоимость фактических «необработанных» пользовательских данных, без учета потенциальных возможностей использования информации, которые могут быть осуществлены агрегатором данных после ее получения. Например, одни и те же данные могут быть более эффективно использованы крупными ТНК, такими как Google, по сравнению с национальными агрегаторами данных. Однако налог, уплачиваемый обеими компаниями, должен быть одинаковым, поскольку сумма НДС должна быть равной стоимости необработанных данных. В противном случае НДС будет альтернативой действующего налога на прибыль организаций.

Налогоплательщиками НДС должны быть все компании, занимающиеся сбором данных, такие как онлайн-платформы, поисковые системы, маркетплейсы и т.д. Налог должен применяться независимо от того, в какой стране зарегистрирован агрегатор данных, то есть как к резидентам, так и к нерезидентам. Для обеспечения эффективного функционирования механизма НДС необходимо обеспечить недоступность данных для агрегаторов в случае сбора информации от пользователей без соответствующей компенсации. Целесообразно освободить от уплаты НДС государственные учреждения, которые выполняют общественные, а не коммерческие функции, например, организации в сфере здравоохранения и образования. Таким учреждениям не будет разрешено делиться соответствующими данными с частными компаниями за исключением случаев, когда преобладает общественный интерес.

Представляется нецелесообразным установление отдельных пороговых значений для признания компании плательщиков НДС, таких как количество пользователей или объем полученных данных. Если продолжить предложенную аналогию и рассматривать данные как сырье, то становится очевидным, что каждое предприятие должно платить за них, как и за любое другое сырье. Исходя из этого также не имеет значения цифровым или аналоговым способом были собраны данные. Информация, полученная компаниями, например, посредством форм, заполненных от руки и впоследствии включенная в базу данных, также должны подпадать под действие

НСД. Действующие механизмы надзора и контроля для мониторинга защиты персональных данных необходимо активно использовать при администрировании НСД. Аналогичным образом, тип собираемых данных не следует учитывать при определении налогооблагаемой базы.

Можно утверждать, что такая широкая сфера применения НСД в конечном итоге приведет к неоправданному росту налоговой нагрузки на малый и средний бизнес (МСБ), особенно на высокотехнологичные стартапы. Однако, необходимо учитывать ряд теоретических и практических аспектов.

Во-первых, МСБ и стартапы в случае, если они не пользуются налоговыми льготами, обязаны уплачивать адекватную компенсацию за все виды сырья. В этом случае данные также должны облагаться НСД, при этом для отдельных категорий налогоплательщиков можно предусмотреть отдельные преференции.

Во-вторых, установление пороговых значений по критерию размера для определения налогоплательщика исказит рынок. В случае освобождения МСБ от уплаты НСД малые и средние агрегаторы данных смогут собирать данные без выплаты какой-либо компенсации, интегрировать их в глобальные базы данных, например, путем приобретения информации у специализированных брокеров, и, в конечном итоге, формировать большие информационные массивы. Далее МСБ смогут продавать их по более низкой цене по сравнению с теми налогоплательщиками, которые уплачивают НСД. В результате введение пороговых значений даст МСБ в неоправданные преимущества.

В-третьих, введение критерия различия между методами сбора также может привести к аналогичной проблеме. Агрегаторы, собирающие данные аналоговым способом, неоправданно оказались бы в более выгодном положении. Кроме того, налоговая база будет размыта, поскольку данные, собранные аналоговым способом, могут быть включены в базу данных и использоваться так же, как цифровая информация.

Из этого общего правила можно сделать одно исключение. Данные, которые необходимо собрать для завершения транзакции, например, идентификация потребителя, совершающего транзакции при онлайн-покупках, может рассматриваться как исключение из материальной сферы налогового правоприменения. В качестве примера можно привести разновидность акцизного налога на информацию, введенного в штате Нью-Йорк, который исключает из сферы применения контактную информацию потребителя, состоящую из адреса электронной почты потребителя, номера телефона, домашнего и почтового адреса, а также информации о кредитной карте, необходимой для заключить сделки купли-продажи [8].

С теоретической точки зрения такая информация представляет собой ресурс, необходимый для коммерциализации продукта или услуги, поэтому она должна быть включена в сферу применения [1]. При этом эта увеличение стоимость сырья, как и других затрат, приводит к росту цен на соответствующие товары или услуги. С экономической точки зрения не представляется оправданным заставлять потребителей платить дополнительную сумму за информацию, которой необходимо поделиться для получения товара или услуги.

Налогооблагаемая база НСД должна состоять из данных, собираемых от пользователей на ежегодной основе, а сумма налога в идеале соответствовать стоимости совокупных данных, чтобы отразить их экспоненциальную ценность. Для случаев, когда такой расчет стоимости невозможен или не актуален, налог может принять форму единицы платы за конкретные данные или за пользователя.

Установление точной стоимости данных для целей налогообложения представляет собой практически невыполнимую задачу. Фактически, цель состоит в том, чтобы установить совокупную базу коллективных данных, созданных в течение одного года в стране, а не определить ценность данных для конкурентного пользователя и для каждой транзакции. В итоге задача заключается не в том, чтобы определить стоимость данных конкретного пользователя или транзакции, а в том, чтобы установить годовую фиксированную цену за данные каждого пользователя с учетом их типа.

Для крупных агрегаторов данных, включая социальные сети и веб-сайты электронной коммерции, учет коллективных данных также был бы более предпочтительным механизмом. Ценность совокупных данных можно рассчитать только в каждом случае, т. е. для конкретной компании, в зависимости от ряда факторов, таких как количество пользователей, время, потраченное пользователями на создание данных, а также их виды, которые собираются. Однако для МСБ, которые собирают ограниченный объем однотипных данных, расчет налогооблагаемой базы по такому принципу нецелесообразен. Более эффективным было бы применение механизма разовой выплаты за данные и пользователя, когда для каждого типа и категории данных должны устанавливаться фиксированные цены. Например, добровольно предоставленные данные о состоянии здоровья обычно обходятся дороже, чем данные о местоположении организаций сферы услуг, поэтому первые более ценны, чем вторые [9].

Существующие проблемы, связанные с определением налогооблагаемой базы НДС следует рассматривать как практические, а их решение не должно приводить к изменению как общих принципов налогообложения, так и оказывать негативное влияние на эффективность функционирования бизнеса в Интернет-секторе экономики.

Выводы

Начиная с 2013 года, технологические разработки создали возможности для определения стоимости данных на высокотехнологичных рынках, что позволило исследовательским и консалтинговым фирмам, таким как McKinsey Global Institute и Bain & Company разработать методики оценки экономической стоимости больших данных. Было проведено множество научных исследований о ценности персональных данных и их использовании организациями государственного и частного секторов, а также касающихся измерений вклада информации в ВВП.

Некоторые базы данных агрегируют и структурируют операционные и финансовые показатели деятельности предприятий. Большие массивы информации о транзакциях доступны из средств массовой информации, блогов и платформы социальных сетей, появляются все более сложные инструменты для интеграции, анализа и визуализации данных, полученных из различных источников. Государства могут полагаться на новые аналитические инструменты, а также на соответствующие агентства и академические исследовательские центры для накопления опыта в сфере регулирования Интернет-экономики, чтобы обеспечить максимально эффективное внедрение налога на сбор данных.

Для крупных ТНК может потребоваться индивидуальный анализ, поэтому сумма налога для таких налогоплательщиков может быть оценена на основе двойных деклараций. В одной декларации компания будет количественно определять

стоимость собираемых данных, подлежащих проверке налоговыми органами. В другом заявлении она должна будет заказать внешний аудит для оценки правильности количественной оценки налогооблагаемой базы. Уполномоченный государственный орган также может напрямую участвовать в переговорах с крупными агрегаторами данных для определения ценности коллективных данных, особенно, в первое время после введения налога на сбор данных.

Таким образом при разработке и внедрении налога на сбор данных должны быть рассмотрены три ключевых аспекта:

- надежность и транспарентность законодательства, особенно в части обеспечения защиты и конфиденциальности данных;
- реализация права налогоплательщиков и пользователей на отказ от сбора или предоставления данных;
- возможность вычета суммы из налогооблагаемой базы корпоративного подоходного налога.

Чтобы обеспечить соблюдение законодательства в части НДС, государству необходимо создать систему обнаружения или контроля трафика данных. Такая система обязательно потребует активизации государственного надзора за процессом формирования, сбора и обработки данных. Хотя технические детали выходят за рамки рассмотрения данной статьи, необходимо отметить, что государственная система контроля данных должна быть построена так, чтобы не усложнять хозяйственную деятельность компаний и не увеличивать транзакционные издержки. В целом такая система должна включать инструменты предотвращения утечки данных, а также неправомерного их использования с соответствующим нормативно-правовым обеспечением.

Литература

1. Агузарова Л.А., Касабиев З.А. Современное состояние и тенденции развития налогообложения в условиях цифровой экономики // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова. 2020. № 4. С. 131-137.
2. Данилькевич М.А. Налогообложение электронной коммерции // Финансовый журнал. 2013. № 1. С. 151-158.
3. Рамазанов Т. Некоторые аспекты налогообложения в цифровой экономике // Вестник университета имени О.Е. Кутафина. 2016. № 6 (22). С. 137-141.
4. Семенова Г.Н. Проблемы налогообложения в цифровой экономике // Образование, наука и бизнес-индикаторы развития цифровой экономики. 2018. С. 43-49.
5. Трысячный В.И., Григориadis С.П. Формирование ресурсной базы инновационного потенциала // Вестник СевКавГТИ. 2014. № 16. С. 86-89.
6. Трысячный В.И., Григориadis С.П. Особенности содержания и структурирования категории «инновация» // Terra Economicus. 2013. Т. 11. № 3-2. С. 36-39.
7. Цымлянская О.А. Развитие онлайн-бизнеса в России и правовое обеспечение налогообложения // Юристъ-Правоведъ. 2015. № 1 (68). С. 83-87.
8. Avi-Yonah R., Kim Y.R., Sam K. A new framework for digital taxation // Harv. Int'l LJ. 2022. V. 63. P. 279.
9. De Filippi P. Taxing the cloud: introducing a new taxation system on data collection? // Internet Policy Review. 2013. V. 2. № 2. P. 1-7.
10. Thimmesch A.B. Transacting in data: Tax, privacy, and the new economy // Denv. L. Rev. 2016. V. 94. P. 145.