

Раздел V.

Теория и практика налогообложения и финансового права. Статьи

В Разделе «Теория и практика налогообложения и финансового права. Статьи» размещаются работы ученых, аспирантов, соискателей, специалистов-практиков по проблемным вопросам налогообложения (как экономики налогов, так и налогового и финансового права), а также публикации по смежным отраслям знаний.

Налоговые последствия блогинга

Tax consequences of blogging.



Печенкина Марина Викторовна

студент 4 курса Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста России), г. Москва.

Pechenkina Marina Victorovna

4th year student of the All-Russian State University of Justice (RLA of the Ministry of Justice of Russia).

Аннотация: В данной статье проведен комплексный анализ налоговых вопросов блогинга: подлежащие налогообложению доходы, способы легализации профессиональной деятельности интернет-пользователя. Рассмотрены основные проблемы налогового контроля блогеров, а также предложены возможные пути их решения.

Ключевые слова: блогинг, налогооблагаемые доходы, продакт-плейсмент, донаты, легализация доходов блогеров, налоговый контроль.

Annotation: This article provides a comprehensive analysis of the tax issues of blogging: taxable income, ways to legalize the professional activities of an Internet user. The main problems of tax control of bloggers are considered, as well as possible ways to solve them.

Keywords: blogging, taxable income, product placement, donations, legalization of bloggers income, tax control.

В эпоху информационного общества и всеобъемлющей цифровизации социальные сети и различные интернет-платформы выступают не только как инструменты самореализации и источники распространения и получения информации, но и как эффективные площадки для реализации товаров и услуг, их рекламы. Доход видеохостинга YouTube в 2021 г. вырос на 83% по сравнению с 2020 г. и превысил 7 млрд. долл., выручка пекинской компании ByteDance, владелец TikTok, за 2020 г. увеличилась на 111% и достигла 34 млрд. долл., общий доход американской Meta Platforms Inc., обладающей Facebook, Instagram, составил 118 млрд. долл. в 2021 г., а выручка российской социальной сети ВКонтакте выросла на 18,2% в 2021 г. и составила 125,7 млрд. руб. Вместе с ростом доходов виртуальных платформ и социальных

сетей растут и доходы интернет-пользователей — сумма состояния трех наиболее богатых в России блогеров составила более 8 млн. долл. в 2021 г.¹ В связи с этим проблемы налогообложения и налогового контроля интернет-активных лиц становятся наиболее актуальными.

Согласно п. 1 ст. 3 Налогового кодекса Российской Федерации каждое лицо должно уплачивать законно установленные налоги и сборы². Данная норма развивает конституционную обязанность каждого платить законно установленные налоги и сборы³, закрепленную в ст. 57 Конституции Российской Федерации. При этом обязанность платить налоги распространяется на всех налогоплательщиков, в том числе на блогеров, получающих доходы⁴.

Блогеры, стримеры и другие пользователи интернет-площадок, успешно монетизирующие аккаунты в социальных сетях, получают доход, который складывается из нескольких составляющих.

Основным источником прибыли от ведения блога являются размещение и трансляция рекламы (по данным интервью ТОП-блогеров, стоимость рекламных публикаций и видеороликов колеблется от 300000 до 700000 руб.). Как правило, блогер самостоятельно устанавливает цену данной услуги, ориентируясь на количество аудитории, вовлеченность, число рекламных сообщений и процент и популярность рекламных постов.

В социальной сети Twitter абоненты платной подписки Twitter Blue, т. е. пользователи с количеством подписчиков от 10 тыс. и не менее 25 публикаций твитов за последний месяц, могут размещать рекламу и получать от нее доход. Однако, в связи с покупкой Twitter главой Tesla и SpaceX Илоном Маском политика монетизации может измениться. В частности, Маск планирует внедрить криптовалюту Dogecoin в инструменты социальной сети, что приведет к новым возможностям заработка на интернет-платформе.

В видеохостинге YouTube владелец канала получает доход не за просмотры его видео, а за переходы по ссылке на рекламируемый продукт или просмотры рекламного видеоролика. Деньги от показов рекламы поступают в сервис «Google AdSense», откуда их можно вывести на банковский счет раз в месяц.

Однако, отследить доходы от рекламы является проблематичной задачей для налоговых органов, т. к. далеко не все блогеры заключают гражданско-правовой договор с заказчиком рекламы, а иногда вовсе прикрываются бартером. Чаще всего они не афишируют свои доходы, используя электронные платёжные системы (WebMoney, Qiwi, Яндекс. Деньги и др.). Такие операции нельзя отследить, как банковские переводы.

Кроме того, популярна скрытая реклама, так называемый продакт-плейсмент (product placement), т. е. визуальное или вербальное упоминание о товаре без прямых ссылок на него (например, фотография блогера в аккаунте Instagram со стаканом Starbucks в руках). При этом законодательство о рекламе не распространяется на подобный прием⁵, в связи с чем у налоговых и антимонопольных органов фак-

1 Сколько и как зарабатывают блогеры в соцсетях // Российская газета : сайт. URL : <https://rg.ru/> (дата обращения : 27.03.2022)

2 П. 1 ст. 3, Налоговый кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (часть первая) // Рос. газ. 1998. 6 августа.

3 Ст. 57, Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.) (с поправками от 30 декабря 2008 г., 5 февраля, 21 июля 2014 г., 14 марта 2020 г.) // Рос. газ. 1993. 25 декабря.

4 Письмо Департамента налоговой и таможенной политики Минфина России от 20 августа 2018 г. № 03-04-05/58764 «Об исполнении налоговых обязательств налогоплательщиками» // Доступ из справочной правовой системы «Гарант».

5 П. 9 ч. 2 ст. 2, О рекламе : Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ // Рос. газ. 2006. 15 марта.

тически «связаны руки» в контрольной деятельности. Напротив, к примеру в Законе ФРГ о недобросовестной конкуренции (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG))⁶, установлена ответственность в виде штрафа за использование блогерами скрытой рекламы, т. к. законодательство Германии рассматривает подписчиков в качестве потребителей, обладающих правом на достоверную информацию. Поэтому публикации в Instagram, содержащие рекламу, немецкие блогеры должны обозначать словами «Werbung» («реклама») или «Anzeige» («объявление») либо использовать хэштеги #ad или #sponsoredby, которые не должны быть спрятаны в конце рекламного поста с другими хэштегами, потому что это считается нарушением.

На стриминговых платформах основным источником доходов пользователя помимо рекламы являются донаты от лица подписчиков стримера или влогера, которые перечисляются собственнику блога на его поддержание и развитие. Однако, в соответствии п. 18.1 ст. 217 Налогового кодекса РФ донаты независимо от их размера освобождены от налогообложения, поскольку это подарок в денежном эквиваленте.

Кроме того, широко распространена бесплатная рекламная рассылка товаров в целях их тестирования или обзора в видеоролике интернет-пользователя. По сути, это также считается даром, поэтому налогообложению не подлежит. Хотя в законодательстве некоторых государств, в частности Германии и Норвегии, подобные акции считаются как увеличивающие доход, поэтому блогеры обязаны отражать в налоговой декларации стоимость полученных в рассылке товаров исходя из рыночной цены.

В период введения карантинных мер в связи с пандемией коронавирусной инфекции (COVID-19) многие блогеры стали создавать и выпускать информационные курсы, гайды и другие авторские программы, которые приносят доход с их продажи.

Помимо этого, большую популярность среди интернет-пользователей набирают продажа личных NFT (уникальных токенов), подписок на закрытые аккаунты, приватных доступов (особенно распространено в Telegram) и других цифровых активов в виде имущества, доход от которых практически не регулируется налоговым законодательством.

Однако, далеко не все блогеры, особенно с небольшой аудиторией и недостаточно популярные, стремятся исполнять налоговую обязанность, т. к. социальные сети и другие интернет-площадки не являются налоговыми агентами, их деятельность практически не регулируется законодательством, а уровень государственного контроля за интернет-пользователями находится на недостаточно высоком уровне.

Тем не менее Налоговый кодекс РФ предлагает несколько путей легализации доходов блогеров.

Первый вариант заключается в том, что российский интернет-пользователь выступает налогоплательщиком как физическое лицо, т. е. уплачивает налог на доход физических лиц в размере 13%, отражая полученные доходы в налоговой декларации. В отношении доходов блогера, превышающих 5 млн. руб. за налоговый период, устанавливается иной порядок — необходимо заплатить 650 тыс. руб. (т. е. 13% с 5 млн. руб.) и 15% с величины дохода, превысившего 5 млн. руб.⁷

Налог на доход физических лиц за блогера вправе платить сторона предпринимательской деятельности, например, заказчик рекламы. В этом случае заказчик явля-

6 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) // Bundesministerium der Justiz : сайт. URL : <https://www.bmj.de/> (дата обращения : 29.03.2022)

7 П. 1 ст. 224, Налоговый кодекс Российской Федерации от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (часть вторая) // Рос. газ. 2000. 10 августа.

ется налоговым агентом, которому необходимо уплатить страховые взносы⁸. Также у индивидуального предпринимателя или юридического лица, имеющего партнерские отношения с блогером, есть право учесть затраты на рекламу в расходах по налогу на прибыль с целью уменьшения базы налогообложения⁹. Конечно, подобный подход для крупного бизнеса не выгоден, особенно при большом количестве договорных отношений с блогерами-исполнителями.

Кроме того, в некоторых социальных сетях определенные налоги включены в стоимость различных услуг автоматически. В частности, с января 2019 г. Facebook, Instagram стали включать в стоимость рекламы 20% налога на добавленную стоимость, в связи с тем, что в Налоговый кодекс РФ были внесены изменения, согласно которым иностранные компании, которые предоставляют электронные услуги физическим и юридическим лицам, автоматически рассчитывают и включают НДС в стоимость услуги, как правило, digital-рекламы¹⁰.

Второй вариант легализации доходов блогеров возможен, когда их деятельность приобретает характер предпринимательской¹¹. В таком случае блогер может приобрести статус индивидуального предпринимателя, а затем должен встать на учет в налоговый орган (п. 2 ст. 116 НК РФ). Блогер-ИП вправе выбрать систему налогообложения: общую (гл. 2 ст. 13-15 НК РФ) или упрощенную (гл. 26.2. НК РФ). Большинство блогеров осуществляют деятельность по упрощенной системе налогообложения, т. к. установлена выгодная ставка 6%, отсутствует обязанность ведения бухгалтерского учета, а также сумму налога можно уменьшить на сумму страховых взносов.

Третий вариант появился в связи с введением специального налогового режима «Налог на профессиональный доход»¹². Делая выбор в пользу данного режима, блогер регистрируется в качестве самозанятого. Налог на профессиональный доход уплачивается по ставке 4% — с доходов, поступивших от физических лиц, 6% — с доходов, поступивших от индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. Однако, режим является экспериментальным и доступен далеко не всем и при определенных условиях.

Выбор того или иного способа легализации доходов блогера в большей степени зависит от рода и особенностей деятельности интернет-пользователя. Например, блогеры, занимающиеся творческой деятельностью и работающие «на себя», вполне будут соответствовать условиям, установленным для самозанятых. Однако, если основная деятельность блогера — реклама и продажи, то применение специального налогового режима для самозанятых исключено.

Кроме того, интернет-пользователь, выступающий налогоплательщиком как физическое лицо, индивидуальный предприниматель или организация, имеет право на налоговые вычеты. Такая практика распространена не только в российском на-

8 Каджаметова, Т. Н. Проблемы налогообложения доходов пользователей социальных сетей // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2020. № 3. С. 94.

9 П. 28 ст. 264, Налоговый кодекс Российской Федерации от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (часть вторая) // Рос. газ. 2000. 10 августа.

10 Я должен платить НДС за рекламу в Instagram // VC.RU : сайт. URL : <https://vc.ru/> (дата обращения : 29.03.2022)

11 Ст. 2, Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (часть первая) // Рос. газ. 1994. 8 декабря.; Письмо Федеральной налоговой службы от 7 мая 2019 г. N CA-4-7/8614@ «Обращение к судебной практике по спорам, осуществляемое с квалификацией деятельности физических лиц в качестве предпринимательской в целях рассмотрения» // Доступ из справочной правовой системы «Гарант».

12 О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» : Федеральный закон от 27 ноября 2018 г. № 422-ФЗ // Рос. газ. 2018. 30 ноября.

логовом законодательстве. Например, в Индии, Великобритании блогер уплачивает подоходный налог после вычета общих расходов, понесенных в целях получения дохода (например, расходы, связанные с хостингом домена и разработкой веб-сайта), а также общей амортизации всех активов. Помимо этого, вычитаются расходы на различные инвестиционные проекты, выгодные правительству государства¹³.

В целом, налоговая политика России является достаточно лояльной и предоставляет разнообразные способы организации профессиональной деятельности по сравнению с зарубежными государствами. Например, в США налоговое бремя интернет-пользователей довольно высокое. Блогеры считаются самозанятыми лицами, поэтому помимо подоходного налога обязаны уплачивать налог на самозанятость (employment tax (SE tax)). Налог SE покрывает расходы на социальное обеспечение (Social Security) и медицинское страхование (Medicare), что является эквивалентом страховых взносов.

Как было выше сказано, государственный контроль за деятельностью блогеров в России недостаточно эффективен в связи с возможностью интернет-пользователей, получающих доход, оставаться «в тени».

Попытки правового регулирования блогосферы и пресечения уклонения от налогообложения были предприняты в 2014 г., когда был введен «Закон о блогерах»¹⁴, в соответствии с которым владельцы общественно-политических блогов с аудиторией более 3 тыс. посетителей в сутки обязали регистрироваться в реестре Роскомнадзора («реестр блогеров»). Данные изменения лишь косвенно затрагивали проблему налогообложения, в большинстве своем в данном законе акцент был сделан на борьбу с экстремистской деятельностью. Но данный инструмент был признан неэффективным, и в 2017 г. ведение реестра было отменено¹⁵.

В ноябре 2018 г. в Государственную Думу РФ на рассмотрение была внесена инициатива о вводе нового налога для блогеров. Владельцы аккаунтов в Instagram и Youtube, размещающие рекламу товаров и услуг, должны регистрироваться в качестве юридического лица и отражать в налоговой декларации все полученные от своей деятельности доходы, а также платить налог в размере 1%. Подобная мера, по мнению автора инициативы (бывшего депутата Государственной Думы и заместителя председателя Комитета по информационной политике, информационным технологиям и связи А. Н. Свинцова), должна повысить ответственность блогеров за публикуемую рекламу, а также пополнить государственный бюджет¹⁶. Однако, как налоговые органы планируют отслеживать доходы начинающих блогеров и разграничивать рекламу, приносящую доход, от рекламы по бартеру, пока не известно.

Помимо ведения блогерами с рекламодателями «устных» договорных отношений, распространения скрытой рекламы к проблеме отслеживания доходов блогеров в рамках налогового администрирования также относится отсутствие эффективного банковского мониторинга. Кроме того, в связи с политикой некоторых интернет-платформ (YouTube), ограничивающей монетизацию российских

13 Tax Impacts on Income from Blogging // LegalWiz : сайт. URL : <https://www.legalwiz.in/> (дата обращения : 29.03.2022)

14 О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей : Федеральный закон от 5 мая 2014 г. № 97-ФЗ // Рос. газ. 2014. 7 мая.

15 О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» : Федеральный закон от 29 июля 2017 г. № 276-ФЗ // Рос. газ. 2017. 4 августа.

16 В Госдуме предложили обязать Instagram-блогеров платить налоги // РБК : сайт. URL : <https://www.rbc.ru/> (дата обращения : 02.04.2022)

блогеров, и признания Meta (владелец Facebook, Instagram) экстремистской организацией в России из-за отношения компаний к ведению специальной военной операции на территории Украины может возрасти процент сокрытия интернет-пользователями России своих доходов.

На наш взгляд, для решения проблем в сфере налогообложения блогинга необходима более подробная правовая регламентация данной сферы. Например, следует закрепить в налоговом законодательстве порядок взимания налогов с доходов блогеров от различных источников. Кроме того, в законодательстве об информации, информационных технологиях и о защите информации необходимо определить понятия «блогер», «донат», а в законодательстве о рекламе закрепить правовое регулирование проакт-плейсмента и деятельности связанной с ним. В связи с появлением новых социальных сетей, постоянным ростом блогеров и развитием отечественных интернет-площадок в современных условиях России, альтернативой этим предложениям может быть введение нормативного правового акта о блогерской деятельности.

Таким образом, блогинг является современным источником получения дохода, который подлежит налогообложению. Правовое регулирование блогосферы должно осуществляться с точки зрения целесообразности как для государства, так и для налогоплательщиков, чтобы полноценно обеспечивать доходность бюджетной системы первого и не нанести ущерб по финансовой составляющей деятельности последних.

Библиографический список:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.) (с поправками от 30 декабря 2008 г., 5 февраля, 21 июля 2014 г., 14 марта 2020 г.) // Рос. газ. – 1993. – 25 декабря.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (часть первая) // Рос. газ. - 1994. - 8 декабря.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (часть первая) // Рос. газ. – 1998. – 6 августа.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (часть вторая) // Рос. газ. - 2000. - 10 августа.
5. О рекламе : Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ // Рос. газ. - 2006. - 15 марта.
6. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей : Федеральный закон от 5 мая 2014 г. № 97-ФЗ // Рос. газ. - 2014. - 7 мая.
7. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» : Федеральный закон от 29 июля 2017 г. № 276-ФЗ // Рос. газ. - 2017. - 4 августа.

8. О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима “Налог на профессиональный доход” : Федеральный закон от 27 ноября 2018 г. № 422-ФЗ // Рос. газ. - 2018. - 30 ноября.
9. Письмо Департамента налоговой и таможенной политики Минфина России от 20 августа 2018 г. № 03-04-05/58764 «Об исполнении налоговых обязательств налогоплательщиками» // Доступ из справочной правовой системы «Гарант».
10. Письмо Федеральной налоговой службы от 7 мая 2019 г. N СА-4-7/8614@ «Обращение к суду по спорам, осуществляемое с квалификацией деятельности физических лиц в качестве предпринимательской в целях рассмотрения» // Доступ из справочной правовой системы «Гарант».
11. Воронежский, И. С. Актуальные вопросы введения налога на блогеров / И. С. Воронежский, Т. А. Рагимханов // Актуальные проблемы развития современной экономики. 2018. С. 66-72.
12. Каджаметова, Т. Н. Проблемы налогообложения доходов пользователей социальных сетей // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2020. № 3. С. 92-96.
13. Кулаков, В. О. Особенности правового регулирования налогообложения блогеров // Бизнес, менеджмент и право: предпринимательское право. 2020. С. 500-504.
14. Макаренко, Д. С. Некоторые проблемы взимания налогов за рекламу в Instagram // Студенческий научный журнал. 2019. № 27 (71).
15. Сколько и как зарабатывают блогеры в соцсетях // Российская газета : сайт. – Режим доступа : <https://rg.ru/>. - Загл. с экрана.
16. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) // Bundesministerium der Justiz : сайт. – Режим доступа : <https://www.bmj.de/>. – Загл. с экрана.
17. Я должен платить НДС за рекламу в Instagram // VC.RU : сайт. – Режим доступа : <https://vc.ru/>. - Загл. с экрана.
18. Tax Impacts on Income from Blogging // LegalWiz : сайт. – Режим доступа: <https://www.legalwiz.in/>. - Загл. с экрана.
19. В Госдуме предложили обязать Instagram-блогеров платить налоги // РБК : сайт. – Режим доступа : <https://www.rbc.ru/>. – Загл. с экрана.