

*Насыров И.Н., к. физ.-мат. н., доцент каф. финансов и бухучета КамПИ,
Гамм А.В., аспирант каф. мировой экономики МИЭП*

МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ СДЕЛОК ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ ПРОДУКТАМ ЭКОПОСЕЛЕНИЙ

По мере расширения международной торговли при проведении иностранными партнерами маркетинговых исследований по России возникают конкретные вопросы по особенностям налогообложения отдельных сделок. Это связано с продолжающейся трансформацией российского налогового законодательства и приближением его к международным стандартам. В работе рассматриваются особенности сделок с информационными объектами, вызывающие в настоящее время наибольшее количество проблем при планировании зарубежными партнерами своей деятельности в России, в частности, развития экологического туризма в создаваемые и уже функционирующие на ее территории экопоселения.

Согласно Гражданскому кодексу РФ [1] условия договора определяются по усмотрению сторон, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами. Как показал практический опыт работы в качестве индивидуального предпринимателя, для целей налогообложения любой договор, в т.ч. с участием иностранных партнеров, должен удовлетворять некоторым условиям, накладываемым Налоговым кодексом РФ [2].

В частности, физические лица, зарегистрированные в установленном действующим законодательством порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, при исчислении налоговой базы имеют право на получение профессиональных налоговых вычетов по доходам, полученным от осуществления такой деятельности, в сумме фактически произведенных ими и документально подтвержденных расходов, непосредственно связанных с извлечением доходов. При этом состав указанных

расходов, принимаемых к вычету, определяется налогоплательщиком самостоятельно в порядке, аналогичном порядку определения расходов для целей налогообложения, установленному главой "Налог на прибыль организаций".

Расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты, осуществленные налогоплательщиком. Под обоснованными расходами понимаются экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме. Под документально подтвержденными расходами понимаются затраты, подтвержденные документами, оформленными в соответствии с законодательством РФ. Расходами признаются любые затраты при условии, что они произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода.

Именно этот пункт и вызвал замечания налоговой инспекции к содержанию договоров при проведении документальной проверки деятельности предпринимателя. Во-первых, смысл сделки состоял в продаже информационного видеосюжета на кассете без передачи каких-либо авторских прав покупателю. В договоре купли-продажи было оговорено, что собственные затраты продавца на закупку видеоинформации (без конкретного указания того, у кого эта видеоинформация будет закуплена), необходимой для последующего монтажа сюжета, входят в состав расходов по сделке. Во-вторых, с поставщиком видеоинформации также был заключен договор на покупку у него кассеты с видеоинформацией без указания, для кого эта информация может быть предназначена. Таким образом, связь между двумя договорами была только логической, а не явно указанной в документах.

Поэтому для обоснования того, что затраты по закупке видеоинформации были произведены исключительно только для получения дохода от ее дальнейшего использования, пришлось давать дополнительные устные разъяснения. В последующих сделках данное замечание было учтено внесением как минимум в один из договоров пункта о том, что данный объект сделки предназначен для использования по другому договору.

Следующее замечание касалось длительных по времени сделок. В соот-

ветствии с Налоговым кодексом РФ [2] расходы, принимаемые для целей налогообложения, признаются таковыми в том отчетном (налоговом) периоде, к которому они относятся, независимо от времени фактической выплаты денежных средств и (или) иной формы их оплаты. Если сделка длительная, то расходы признаются в том отчетном (налоговом) периоде, в котором эти расходы возникают исходя из условий сделок (по сделкам с конкретными сроками исполнения) и принципа равномерного и пропорционального формирования доходов и расходов (по сделкам, длящимся более одного отчетного (налогового) периода). В случае, если условиями договора предусмотрено получение доходов в течение более чем одного отчетного периода и не предусмотрена поэтапная сдача товаров (работ, услуг), расходы распределяются налогоплательщиком самостоятельно с учетом принципа равномерности признания доходов и расходов.

Однако имел место прецедент, когда налоговая инспекция отказывалась признавать в качестве расходов затраты, сделанные в следующем налоговом периоде. Поэтому это обстоятельство желательно напрямую включать в условия договора.

Еще одно замечание касается отнесения общепредпринимательских расходов типа почтовых или банковских услуг. В этом случае расходы налогоплательщика, которые не могут быть непосредственно отнесены на затраты по конкретному виду деятельности, распределяются пропорционально доле соответствующего дохода в суммарном объеме всех доходов налогоплательщика. Поэтому для облегчения учета подобные затраты желательно сразу указывать в тексте договоров.

Таким образом, в маркетинговых исследованиях необходимо рассматривать сразу всю цепочку взаимодействий всех без исключения партнеров для того, чтобы устранить в планируемых сделках проблемы, связанные с отношениями с российскими налоговыми органами.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ.