

решительный vs осторожный премии покупателям



Дмитрий Ширяев,
руководитель направле-
ния судебной практики
АКГ «Уральский союз»



Евгений Власов,
партнер юридического
агентства Suits LLC

Есть ли шансы примиришь маркетинг и налогообложение

В борьбе за покупателя компании придумывают акции, дают бонусы и выплачивают премии. Но то, что нравится маркетологам, не всегда одобряют налоговики. Эксперты «ПНП» разобрали ситуации, когда удачные маркетинговые ходы вступают в противоречие с грамотным налоговым планированием и ожиданиями инспекторов. А читатели оценили, чья позиция сильнее.

Компания выплачивает премии за выполнение определенных условий договора взаимозависимым покупателям. Может ли это вызвать претензии со стороны проверяющих?

Нет, главное, что премии были частью маркетинговой политики

Да, если основная цель – необоснованная налоговая выгода

Закон не запрещает выплачивать премии любым клиентам, в том числе взаимозависимым (п. 4 ст. 421 ГК). Главное, чтобы условия выплаты бонусов соответствовали обычаям делового оборота, а их размер был на рыночном уровне. Продавец вправе учесть такие затраты

Расходы на выплату премий клиентам должны быть экономически оправданными и документально подтвержденными (п. 1 ст. 252 НК). Это относится и к премиям за выполнение определенных условий договора взаимозависимыми клиентами (письма Минфина от 23.09.2019

в составе внереализационных расходов (подп. 19.1 п. 1 ст. 265 НК, письмо Минфина от 14.04.2017 № 03-03-06/1/22268).

Поощрять всех клиентов, достигших определенных показателей, или каких-то особо ценных контрагентов — личное дело компании (постановление АС Поволжского округа от 19.06.2020 № Ф06-60980/20). Главное, чтобы выплата премий была направлена на получение дохода, то есть соответствовала пункту 1 статьи 252 НК (письма Минфина от 16.12.2019 № 03-03-06/1/98264, от 27.11.2019 № 03-03-06/1/92160).

Согласны: 45% читателей

№ 03-03-06/1/72907, от 12.07.2019 № 03-03-06/1/51810).

При этом если компания систематически выплачивает премии взаимозависимым лицам, проверяющие будут доказывать получение необоснованной выгоды (п. 2 ст. 54.1 НК). К тому же взаимозависимые компании часто не оформляют документы на премии, а их размер противоречит маркетинговой политике (постановление ФАС Восточно-Сибирского округа от 26.02.2014 № Ф02-492/14). Или стороны не обращают внимание на точное выполнение допсоглашений (определение ВС от 20.12.2017 № 309-КГ17-18864).

Согласны: 55% читателей

Чтобы получить конкурентное преимущество и захватить рынок, компания продает товар без наценки или даже в убыток. Будут ли претензии по налогу на прибыль и НДС?

Нет, низкую наценку компания может обосновать будущей выгодой

Не стоит беспокоиться, если выполнено два условия: сделка не попадает в число контролируемых и есть разумное экономическое обоснование. Если компании не взаимозависимые, цену можно считать рыночной (п. 1 ст. 105.3 НК).

Торговые убытки можно обосновать деловой целью. Например, запуском новой линейки взамен устаревших моделей. К тому же продукция может частично потерять потребительские свойства, что тоже скажется на наценке. Наконец, обосновать низкую наценку можно порчей,

Да, если нерыночные сделки регулярны и их стороны взаимозависимы

Если продавец и покупатель связаны, налоговики оспорят сделки, а суды их поддержат. Верховный суд подчеркивал, что сделки между взаимозависимыми лицами должны быть под особым контролем (определение ВС от 06.04.2020 № 305-ЭС20-4059). Например, проверяющим известна схема, когда компания реализует товар по заниженным ценам «своим» посредникам, а последние распределяют деньги между обществом и однодневками (определение ВС от 18.11.2019 № 306-ЭС19-20542).

решительный vs осторожный премии покупателям

окончанием срока хранения, изменением спроса на товар и пр.

Важно грамотно оформить уценку – приказом руководителя и актом МХ-15. Налогоплательщик вправе учесть даже убыток от продаж (п. 2 ст. 268 НК, письмо Минфина от 04.09.2020 № 03-03-06/1/77858). Восстанавливать входной НДС при этом не надо (письмо Минфина от 09.11.2015 № 03-07-11/64260).

Согласны: 60% читателей

Также налоговики умеют выявлять и доказывать сделки с формальным заключением договоров (постановление АС Центрального округа от 20.07.2020 № Ф10-2399/2020). Взаимозависимые лица не вправе манипулировать ценами (определения ВС от 18.06.2019 № 306-ЭС19-9499, от 09.07.2018 № 306-КГ18-4329, постановление АС Волго-Вятского округа от 01.11.2017 № Ф01-4764/2017).

Согласны: 40% читателей

Производитель рекомендует дистрибьюторам снизить цены, чтобы вырос объем продаж. Разницу между рыночной ценой и рекомендованной компенсирует. Должны ли дистрибьюторы платить НДС с суммы компенсации?

Нет, премия, стимулирующая объем продаж, не связана с оказанием услуг

Минфин считает, что выплаты, поощряющие рост объема продаж, НДС не облагаются. При условии что покупатель не оказывает поставщику услуг (письма Минфина от 14.05.2021 № 03-03-06/1/36841, от 10.04.2020 № 03-07-11/28824).

Есть ли связь премии с оплатой товаров, налоговики будут оценивать исходя из условий договоров. Например, автопроизводитель предоставляет дилеру премии, расчет которых привязан к скидкам дилера для конечного покупателя. Минфин считает, что премии от автопроизводителя в базу по НДС у дилера не включают (письмо от 13.10.2020 № 03-07-15/89774).

Согласны: 35% читателей

Да, компенсация недополученной выручки связана с оплатой товаров

Такого рода премия – это компенсация недополученной выручки дистрибьютора. Она связана с оплатой товаров и облагается НДС (подп. 2 п. 1 ст. 162 НК). Доказать, что связи с выручкой нет, шансов мало. Ведь премия как раз и компенсирует разницу в цене (постановление АС Волго-Вятского округа от 19.01.2021 № Ф01-14234/2020).

Кроме того, условия договора можно трактовать таким образом, что дистрибьютор оказывает производителю услуги, устанавливая нужные цены в рознице. А стоимость услуг облагается НДС (письма Минфина от 17.07.2020 № 03-07-11/62477, от 22.01.2020 № 03-07-11/3355).

Согласны: 65% читателей

Компания начисляет покупателям бонусные баллы. Клиенты обменивают их на товар. Вправе ли продавец учесть расходы на товары, которые оплатили бонусами?

Да, если пропишет это в маркетинговой политике

Обязательно прописывайте все акции в маркетинговой политике. Сюда входят промо «два по цене одного», «покупай и обменивай баллы на товар» и пр. Если условный один балл стоит три рубля, товар фактически не бесплатен. Клиент опосредованно, но покупает его. Следовательно, расходы на бесплатно переданный, но в реальности купленный товар учесть можно (письма Минфина от 01.06.2021 № 03-03-07/42417, от 31.05.2021 № 03-03-06/1/42057).

Не забудьте документально подтвердить затраты (п. 1 ст. 252 НК, письма Минфина от 26.05.2021 № 03-03-07/40400, от 05.03.2021 № 03-03-07/15729). НК не устанавливает конкретный перечень документов, которые подтверждают расходы (письмо Минфина от 29.01.2021 № 03-03-07/5784). Чтобы максимально обезопаситься, пропишите в маркетинговой политике условия обмена баллов на товар. Сохраните листовки, где дублируется информация о стоимости баллов. И не забудьте сделать расчеты, подтверждающие передачу товаров на возмездной основе.

Согласны: 65% читателей

Нет, безвозмездную передачу имущества учитывать в расходах нельзя

Фактически компания передает товар бесплатно. Стоимость безвозмездно переданного имущества и расходы, связанные с такой передачей, учесть в расходах нельзя (п. 16 ст. 270 НК, письма Минфина от 10.09.2020 № 03-03-06/1/79522, от 08.07.2019 № 03-03-06/3/50014).

Более того, безвозмездная передача товара облагается НДС (подп. 1 п. 1 ст. 146 НК). Он не уменьшает базу по налогу на прибыль на основании статьи 270 НК (письма Минфина от 08.07.2019 № 03-03-06/3/50014, от 12.11.2018 № 03-07-11/81021).

Однако если дойти до суда, позицию Минфина возможно оспорить. В деле о передаче продукции в рекламных целях арбитры указали, что НДС, не предъявленный продавцом, — расход налогоплательщика. Ведь платит он из собственных средств. Следовательно, правовое основание для отнесения налога в состав расходов есть (подп. 1 п. 1 ст. 264 НК). Не важно, что исчисление НДС связано с безвозмездной передачей имущества (постановление АС Уральского округа от 10.06.2021 № Ф09-3502/21).

Согласны: 35% читателей

Опрос проводился на сайте www.nalogplan.ru.