Некоторые рекламные расходы принимаются в целях налогообложения прибыли по нормативам. В этом случае, как разъяснили чиновники, «входной» НДС по затратам на рекламу принимается к вычету лишь в пределах норматива, установленного для этих расходов (письмо Минфина России от 13 марта 2012 г. № 03-07-11/68).

Налоговый учет рекламных трат

В целях налогообложения прибыли к расходам на рекламу относятся (подп. 28 п. 1 ст. 264 Налогового кодекса РФ):

1) расходы на рекламные мероприятия через средства массовой информации (в том числе объявления в печати, передача по радио и телевидению) и информационно-телекоммуникационные сети;

2) расходы на световую и иную наружную рекламу, включая изготовление рекламных стендов, а также рекламных щитов;

3) расходы на участие в выставках, ярмарках, экспозициях, на оформление витрин, выставок-продаж, комнат образцов и демонстрационных залов, изготовление рекламных брошюр и каталогов, содержащих информацию о реализуемых товарах, выполняемых работах, оказываемых услугах, товарных знаках и знаках обслуживания или о самой организации, на уценку товаров, полностью или частично потерявших свои первоначальные качества при экспонировании.

Причем расходы организации на приобретение (изготовление) призов, вручаемых победителям розыгрышей во время проведения массовых рекламных кампаний, а также расходы на иные виды рекламы, не перечисленные выше, принимаются по нормативу. Он составляет 1 процент выручки от реализации, определяемой в соответствии со статьей 249 Налогового кодекса РФ. Так прописано в пункте 4 статьи 264 Налогового кодекса РФ.

Вычет «входного» НДС

Согласно статье 171 Налогового кодекса РФ, при исчислении суммы налога на добавленную стоимость, подлежащей уплате в бюджет, налогоплательщик имеет право уменьшить общую сумму налога, исчисленную по операциям, признаваемым объектами

налогообложения, на суммы налога по товарам (работам, услугам), приобретаемым для осуществления операций, подлежащих налогообложению. Иначе говоря, можно применить вычеты «входного» НДС.

Причем, как указано в пункте 7 статьи 171 Налогового кодекса РФ, если расходы принимаются для целей налогообложения по нормативам, то суммы налога на добавленную стоимость по таким расходам подлежат вычету в размере, соответствующем указанным нормам.

Таким образом, суммы налога на добавленную стоимость по расходам, нормируемым для целей налога на прибыль (скажем, по рекламным тратам), принимаются к вычету в указанном размере.

На это же обращено внимание чиновников в письме Минфина России от 13 марта 2012 г. № 03-07-11/68.

Пример.

Туристическая фирма разместила рекламные щиты внутри магазина (данный вид рекламы не относится к наружной, и потому расходы на нее в целях налогообложения нормируются). Стоимость рекламного мероприятия составила 54 000 руб. (в том числе НДС – 8237 руб.).

Предположим, что за отчетный период выручка турфирмы, принимаемая в расчет норматива, равна 450 000 руб.

Таким образом, в целях налогообложения прибыли можно учесть рекламные расходы в размере 4500 руб. (450 000 руб. х 1%).

К ним относится «входной» НДС, который можно предъявить к вычету из бюджета в сумме:

4500 руб. х 18% = 810 руб.

Именно налог в таком размере турфирма сможет возместить из бюджета в отчетном периоде.

Важно запомнить

Чтобы предъявить налог на добавленную стоимость к вычету из бюджета, у турфирмы должны быть надлежащим образом оформленные счета-фактуры поставщиков.