**ВВЕДЕНИЕ**

*Актуальность* выбранной темы обусловлено тем, что для выгодной реализации продукции предприятия необходимо регулярно распространять о ней информацию. То есть рекламировать. Поэтому практически каждое предприятие в наши дни сталкивается с таким видом расходов, как расходы на рекламу. Основным документом, регулирующим вопросы по распространению рекламы, является Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст. 2 вышеуказанного закона рекламой признается распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний.

*Объектом* исследования данной контрольной работы являются расходы на рекламу.

*Целью* контрольной работы является рассмотреть отражение расходов на рекламу в налоговом учете.

На основе цели в контрольной работе поставлены следующие *задачи*:

- изучить расходы на рекламу и их виды;

- проанализировать учет различных видов рекламных расходов;

- изучить хозяйственные операции по учету расходов на рекламу.

ГЛАВА 1. НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ РАСХОДОВ НА РЕКЛАМУ

* 1. Расходы на рекламу, виды расходов на рекламу

Согласно п. 4 ст.264 НК РФ расходами на рекламу признаются:

* Расходы на рекламные мероприятия через средства массовой информации (в том числе объявления в печати, передача по радио и телевидению) и телекоммуникационные сети;
* Расходы на световую и иную наружную рекламу, включая изготовление рекламных стендов и рекламных щитов;
* 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, и (или) о самой организации, на уценку товаров, полностью или частично потерявших свои первоначальные качества при экспонировании.
* Расходы налогоплательщика на приобретение (изготовление) призов, вручаемых победителям розыгрышей таких призов во время проведения массовых рекламных кампаний, а также расходы на иные виды рекламы, не указанные в абзацах втором — четвертом настоящего пункта, осуществленные им в течение отчетного (налогового) периода, для целей налогообложения признаются в размере, не превышающем 1% выручки от реализации.

Все затраты на рекламу облагаются налогом на рекламу. В бухгалтерском учете сумма этого налога отражается в составе прочих операционных расходов по Дебету счета 91 Кредиту счета 68.

В соответствии с пп. 5, 7 и 9 Положения по бухгалтерскому учету № 10/99 «Расходы организации», утвержденного приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 33н, расходы на рекламу относятся к расходам по обычным видам деятельности. Для того чтобы эти расходы были признаны в бухгалтерском учете, п. 16 ПБУ 10/99 требует соблюдения следующих условий:

* расход производится в соответствии с конкретным договором, требованием законодательных и нормативных актов, обычаями делового оборота;
* сумма расхода может быть определена;
* имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет уменьшение экономических выгод организации.

Расходы на рекламу признаются в бухгалтерском учете в том периоде, в котором они фактически произошли, независимо от времени их оплаты. В промышленных, производственных, строительных предприятиях, а также предприятиях, выполняющих и оказывающих различные виды работ и услуг, расходы на рекламу отражаются по Дебету счета 20 «Основное производство», 26 «Общехозяйственные расходы». На предприятиях торговли рекламные расходы являются коммерческими и отражаются по Дебету счета 44 «Расходы на продажу». Рекламные расходы, произведенные в отчетном периоде, но относящиеся к будущим периодам, учитываются по Дебету счета 97 «Расходы будущих периодов» с последующим списанием этих сумм на основании актов выполненных работ (оказанных услуг) на счета затрат.

Для того чтобы расходы были признаны в налоговом учете для целей налогообложения по налогу на прибыль в соответствии с п. 1 ст. 252 НК РФ, они должны быть обоснованны и документально подтверждены. Под обоснованными расходами в гл. 25 НК РФ понимаются экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме. В соответствии с подп. 28 п. 1 ст. 264 НК РФ рекламные расходы относятся к прочим расходам. Пункт 4 этой же статьи определяет основные условия включения рекламных расходов в налоговую базу по налогу на прибыль.

К рекламным расходам относятся:

* расходы на рекламные мероприятия через средства массовой информации (в том числе объявления в печати, передача по радио и телевидению) и телекоммуникационные сети;
* расходы на световую и иную наружную рекламу, включая изготовление рекламных стендов и рекламных щитов;
* 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 работах и услугах, выполняемых и оказываемых организацией, и (или) о самой организации, на уценку товаров, полностью или частично потерявших свои первоначальные качества при экспонировании.
* расходы налогоплательщика на приобретение (изготовление) призов, вручаемых победителям розыгрышей таких призов во время проведения массовых рекламных кампаний, а также расходы на иные виды рекламы, не указанные в абз. 2–4 п. 4 ст. 264 НК РФ, осуществленные им в течение отчетного (налогового) периода.

Таким образом, кодекс делит рекламные расходы на нормируемые и ненормируемые. Причем перечень ненормируемых расходов является закрытым. Размер нормируемых расходов зависит от размера выручки, которая определяется исходя из всех поступлений за реализованные товары (работы, услуги) или имущественные права. Сумма выручки при этом учитывается без учета НДС, акцизов и налога с продаж. Рекламные расходы, превышающие норматив, для целей налогового учета не принимаются. Также здесь не надо забывать об НДС. В соответствии с п. 7 ст. 171 НК РФ если согласно гл. 25 НК РФ расходы принимаются для целей налогообложения по нормативам, то суммы НДС по таким расходам подлежат вычету в размере, соответствующем указанным нормам. Налоговый вычет по сверхнормативным расходам не производится. Не учитывается этот НДС и для целей налогообложения по налогу на прибыль.

1.2. Учет различных видов рекламных расходов

Рассмотрим варианты учета различных видов рекламных расходов:

* Вывески - один из основных видов расходов на рекламу. Вывеска (за исключением информационных вывесок при входе в помещение, в помещениях или витринах о наименовании организации в соответствии с ее учредительными документами, часах работы, иной подобной информации) в соответствии с Федеральным законом № 108-ФЗ относится к наружному виду рекламы, поэтому затраты на ее изготовление включаются в налогооблагаемую базу по налогу на рекламу.

В соответствии с п. 4 Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6-01, утвержденного приказом Минфина РФ от 30 марта 2001 г. № 26н, для того чтобы активы были приняты к бухгалтерскому учету в качестве основных средств, необходимо одновременное выполнение следующих условий:

а) использование в производстве продукции при выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд организации;

б) использование в течение длительного времени, то есть срока полезного использования продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;

в) организацией не предполагается последующая перепродажа данных активов;

г) способность приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем.

Как правило, вывеска, устанавливаемая организацией, соответствует всем этим условиям. Поэтому она подлежит включению в состав основных средств.

Если стоимость вывески менее 10 000 руб., то она не относится к амортизируемому имуществу и подлежит единовременному списанию на расходы в полном объеме. Если стоимость вывески превышает 10 000 руб., то она должна быть включена в состав амортизируемого имущества в зависимости от срока полезного использования.

Здесь необходимо также обратить внимание на один момент. В соответствии с п. 4 ст. 4 Закона г. Москвы от 21 ноября 2001 г. № 59 «О налоге на рекламу» плата за выдачу разрешений на распространение наружной рекламы не является объектом налогообложения по налогу на рекламу. Таким образом, налогом на рекламу облагается только стоимость самой вывески.

Аналогично ведется бухгалтерский и налоговый учет при установке рекламных щитов.

* Оформление календарей, пакетов с логотипом предприятия, листовок, буклетов. Все эти затраты предприятия являются рекламными расходами и включаются в налогооблагаемую базу по налогу на рекламу.
* Реклама в печатных изданиях, на радио и телевидении. В налоговом учете эти расходы будут учитываться в полном размере. В бухгалтерском учете стоимость услуг по распространению информации о предприятии в средствах массовой информации подлежит включению в расходы по обычным видам деятельности.
* Визитные карточки: бывают двух видов: персональные и корпоративные. Затраты на изготовление персональных визитных карточек не являются расходом на рекламу, так как они предназначены для ограниченного круга лиц и не способствуют реализации товаров. Этой же позиции придерживаются и московские налоговые органы в своем письме от 31 ноября 2001 г. № 06-12-6-50421. Включение затрат на изготовление визитных карточек в состав прочих расходов является на сегодняшний момент спорным. Поэтому предприятию надо самостоятельно решить, учитывать их для целей налогообложения прибыли или нет. Корпоративные карточки несут информацию о предприятии в целом и поэтому являются рекламой. Для целей налогообложения прибыли такие расходы учитываются в пределах норматива.
* Раздача собственной продукции**.** Для того чтобы стоимость собственной продукции могла быть учтена в качестве рекламных расходов для целей налогообложения по налогу на прибыль, руководителю необходимо издать приказ с указанием, какую продукцию необходимо раздать бесплатно и в каком количестве. При наличии такого документа раздача продукции не будет расцениваться как безвозмездная передача, расходы на которую не учитываются при налогообложении прибыли. Для целей налогообложения по налогу на прибыль стоимость розданной продукции принимается в пределах 1% от суммы выручки.

1.3. Хозяйственные операции по учету расходов на рекламу

Расходы на рекламу, произведенные торговой организацией, отражаются в бухгалтерском учете по дебету балансового счета 44 «Расходы на продажу» по статье «Расходы на рекламу». На эту статью относят следующие расходы:

* на оформление витрин, выставок, выставок-продаж, комнат образцов товаров; на разработку и печатание рекламных изданий (иллюстрированных прейскурантов, каталогов, брошюр, альбомов, проспектов, плакатов, афиш, рекламных писем, открыток и т.п.).
* на рекламные мероприятия через средства массовой информации (объявления в печати, по радио, телевидению) и телекоммуникационные сети.

Пример.

В январе 2007 года торговая организация заключила договор с телевидением на ежедневные рекламные объявления в «бегущей строке» и произвела 8 января 2007 г. предоплату в размере 35 400 руб., в т.ч. НДС 5400 руб. Ежемесячно торговая организация получает эфирные справки о количестве и стоимости поданных объявлений, а также счет-фактуру. Стоимость услуг телевидения за январь составила 5900 руб., в т.ч. НДС 900 руб., в феврале – 5310 руб., в т.ч. НДС 810 руб., и т.д. на рекламные мероприятия через средства массовой информации (объявления в печати, по радио, телевидению) и телекоммуникационные сети.

Д 60 К 51– 35 400 руб. – произведена предоплата телевидению согласно выставленному счету;

Д 97 статья «Реклама» К 60– 30 000 руб. – затраты на рекламу включены в состав расходов будущих периодов;

Д 19 К 60– 5400 руб. – НДС, предъявленный телевидением.– 31 января 2007 г:

Д 44 статья «Расходы на рекламу» К 97– 5000 руб. (5900 – 900) – затраты на рекламу включены в расходы на продажу на основании эфирных справок и счета-фактуры за январь;

Д 68 К 19 – 900 руб. – налоговый вычет НДС по услугам, оплаченным и списанным на производственные расходы – 28 февраля 2007 г:

Д 44 статья «Расходы на рекламу» К 97– 4500 руб. (5310 – 810) – затраты на рекламу включены в расходы на продажу на основании эфирных справок и счета-фактуры за февраль;

Д 68 К 19-3– 810 руб. – налоговый вычет НДС по услугам, оплаченным и списанным на производственные расходы.