**Налог на рекламу**

Реферат выполнил: студент гр.8212 Круткин Д.П.

Московский Государственный Индустриальный Университет

Факультет экономики, менеджмента и информационных технологий

Москва 2002

Государство, выражая интересы общества в различных сферах жизнедеятельности, вырабатывает и осуществляет соответствующую политику — экономическую, социальную, экологическую, демографическую и др. При этом в качестве средства взаимодействия объекта и субъекта государственного регулирования социально-экономических процессов используются финансово-кредитный и ценовой механизмы.

Финансово-бюджетная система охватывает отношения по поводу формирования и использования финансовых ресурсов государства — бюджета и внебюджетных фондов. Она призвана обеспечивать эффективную реализацию социальной, экономической, оборонной и других функций государства. Важной «кровеносной артерией» финансово-бюджетной системы являются налоги.

Изъятие государством в пользу общества определенной части стоимости валового внутреннего продукта в виде обязательного взноса и составляет сущность налога. Взносы осуществляют основные участники производства валового внутреннего продукта:

работники, своим трудом создающие материальные и нематериальные блага и получающие определённый доход;

хозяйствующие субъекты, владельцы капитала, действующие в сфере предпринимательства.

Объектами налогообложения являются:

прибыль (доход);

стоимость определённых товаров;

добавленная стоимость продукции, работ, услуг;

имущество юридических и физических лиц;

передача имущества (наследие, дарение);

операции с ценными бумагами;

отдельные виды деятельности;

другие объекты, установленные законом.

**Сущность налога на рекламу.**

Налог на рекламу является одним из самых существенных по объему поступающих платежей и возникает у предприятий и граждан, осуществляющих расходы по рекламе собственной продукции, работ и услуг.

Налог на рекламу - местный налог, взимаемый с юридических и физических лиц, рекламирующих свою продукцию.

Рекламой считается любая форма публичного представления товаров, работ, услуг через средства распространения информации.

К средствам распространения информации относятся печать (газеты, журналы, каталоги, прейскуранты, справочники, отправления прямой печатной рекламы и другой печатной продукции), эфирное, спутниковое и кабельное телевидение, радиовещание, световые газеты (бегущая строка, световая фиксированная строка), иллюстративно - изобразительные средства (щиты, вывески, афиши, плакаты, календари и т.п.), аудио - и видеозапись, имущество юридических и физических лиц и другие.

Юридическое и физическое лицо, от имени которого осуществляется реклама, именуется рекламодателем.

Место, на котором размещается реклама, именуется рекламным носителем.

Юридическое и физическое лицо, осуществляющее изготовление рекламы по заявке рекламодателя, именуется рекламоизготовителем, размещающее указанную рекламу на рекламных носителях - рекламораспространителем.

К рекламным услугам не относится изготовление и распространение:

- информационных вывесок о режиме работы и правилах обслуживания потребителей, размещаемых в помещениях, используемых для реализации товаров, включая витрины;

- объявлений и извещений об изменении местонахождения организаций, номеров телефонов, телефаксов, телетайпов;

- объявлений органов государственной власти и управления, содержащих информацию, связанную с выполнением возложенных на них функций;

- предупреждающих табличек, содержащих сведения об ограничении производства работ, передвижения и т.д. в связи с особенностями данной территории или участка;

- прочих информационных сведений, объявлений, не содержащих характер рекламы.

Плательщиками налога на рекламу являются следующие рекламодатели:

- расположенные на территории Москвы предприятия и организации независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, имеющие согласно законодательству Российской Федерации статус юридических лиц, филиалы и другие аналогичные подразделения предприятий и организаций, имеющие отдельный баланс, расчетный или иной счет, а также иностранные юридические лица;

- физические лица, зарегистрированные в установленном порядке в качестве предпринимателей, осуществляющие свою деятельность на территории города.

Налог на рекламу может устанавливаться решениями районных и городских представительных органов власти.

Суммы платежей по налогу зачисляются в районные бюджеты районов, городские бюджеты городов либо по решению районных и городских представительных органов власти в районные бюджеты районов (в городах), бюджеты поселков и сельских населенных пунктов.

**Объект налога на рекламу.**

Объектом налогообложения является стоимость работ и услуг по изготовлению и распространению рекламы собственной продукции (работ, услуг).

К расходам предприятия на рекламу относятся расходы:

- на разработку и издание рекламных изделий (иллюстрированных прейскурантов, каталогов, брошюр, альбомов, проспектов, плакатов, афиш, рекламных писем, открыток и т.п.);

- на разработку и изготовление эскизов этикеток, образцов оригинальных и фирменных пакетов, упаковки, приобретение и изготовление рекламных сувениров и т.д.;

- на рекламные мероприятия через средства массовой информации (объявления в печати, передачи по радио и телевидению);

-на световую и иную наружную рекламу;

- на приобретение, изготовление, копирование, дублирование и демонстрацию рекламных кино -, видео -, диафильмов и т.п.;

- на изготовление стендов, муляжей, рекламных щитов, указателей и др.;

- на хранение и экспедирование рекламных материалов;

- на оформление витрин, выставок - продаж, комнат образцов;

- на уценку товаров, полностью или частично потерявших свое первоначальное качество при экспонировании в витринах;

- на проведение иных рекламных мероприятий, связанных с предпринимательской деятельностью.

Не облагаются налогом услуги по рекламе, не преследующей коммерческие цели, включая рекламу благотворительных мероприятий.

Ставка налога на рекламу устанавливается в размере 5 процентов от стоимости (величины фактических затрат) рекламных работ и услуг у рекламодателя.

Порядок исчисления и сроки уплата налога устанавливаются нормативно-правовыми актами местных органов власти. Налог на рекламу исчисляется исходя из установленной ставки налога и стоимости рекламных работ (услуг), определяемой исходя из фактически произведенных расходов в действующих ценах и тарифах без налога на добавленную стоимость.

Стоимость рекламных работ и услуг, оплаченных в иностранной валюте, для исчисления налога на рекламу пересчитывается в рубли по курсу Центрального банка России, действующему на момент оплаты таких работ и услуг.

Если рекламодатель производит рекламные работы самостоятельно (изготавливает собственными силами иллюстративно - изобразительные и другие средства распространения рекламы и т.д.,) то стоимость таких работ для целей налогообложения определяется исходя из фактически произведенных прямых (материальные затраты, затраты на заработную плату с отчислениями в Пенсионный фонд и на социальное страхование, амортизационные отчисления на полное восстановление оборудования, непосредственно используемого при изготовлении средств распространения рекламы, другие затраты) и косвенных (общепроизводственных и общехозяйственных) расходов. При этом доля косвенных расходов, подлежащих включению в стоимость рекламных работ для целей исчисления налога на рекламу, определяется исходя из процентного соотношения общей суммы таких расходов к величине прямых затрат, произведенных рекламодателем в отчетном периоде.

**Особенности учёта налога на рекламу.**

В целях правильности определения сумм налога на рекламу, подлежащих внесению в доход бюджета, плательщики ведут обособленный учет расходов по рекламе с выделением их на отдельном субсчете счетов по учету затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг).

Льготы по налогу на рекламу устанавливаются местными органами власти на:

- рекламу, не преследующую коммерческой цели;

- рекламу благотворительных мероприятий;

- на услуги, которые в соответствии с Федеральным законодательством не относятся к рекламным.

Юридические лица являющиеся рекламодателями, ежеквартально представляют налоговым органам по месту своей регистрации в сроки установленные для сдачи бухгалтерской отчетности, расчеты сумм налога, подлежащего перечислению в бюджет. Уплата налога производится по квартальным расчетам в пятидневный срок со дня установленного для представления бухгалтерской отчетности, а по годовым расчетам - в десятидневный срок со дня установленного для представления бухгалтерской отчетности.

Физические лица - рекламодатели представляют налоговым органам расчет налога не рекламу за отчетный год одновременно с подачей декларации а фактически полученных доходах от предпринимательской деятельности, но не позднее 1 апреля года следующего за отчетным.

Если налоговым органом в результате проверки расчетов будет установлено, что налог на рекламу подлежит взносу в большей сумме чем показано в расчете плательщика, уплата в бюджет доначисленных сумм налога производится в десятидневный срок со дня сообщения налоговым органом о сумме доплаты, а пеня начисляется по истечении срока, установленного для представления налогового расчета.

Учет расчетов с бюджетом по налогу на рекламу ведется плательщиками на счете 68 "Расчеты с бюджетом" на отдельном субсчете "Налог на рекламу". Сумма налога по рекламе отражается по дебету счета 80 "Прибыль и убытки" и кредиту счета 68 "Расчеты с бюджетом", субсчет "Налог на рекламу" одновременно с отражением в учете фактически произведенных затрат по рекламе. Перечисленный в бюджет налог отражается в учете по дебету счета 68 "Расчеты с бюджетом" в корреспонденции со счетом 51 "Расчетный счет". Физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью, отражают суммы налога на рекламу в общем составе расходов, исключаемых при исчислении подоходного налога.

Источником начисления налога на рекламу является финансовый результат деятельности организации.

**Уплата налога на рекламу в некоммерческой сфере.**

Некоммерческие организации в своей уставной предпринимательской и непредпринимательской деятельности часто прибегают к различным сообщениям, имеющим публичный характер. Это сообщения о решаемых ими экономических, социальных, культурных, оздоровительных, экологических и других проблемах с целью привлечения внимания организаций и граждан, информация о физических и юридических лицах, оказывающих им финансовую поддержку, информация о проводимых ими мероприятиях (семинарах, лекциях, конкурсах, лотерей, спортивных, культурных и оздоровительных мероприятиях и т.п.), о выполняемых услугах.

В отдельных случаях эта информация может быть расценена как реклама. Тогда некоммерческая организация должна будет начислить и уплатить налог на рекламу.

Для того, чтобы отличить сообщения, носящие рекламный характер, от других сообщений следует внимательно относиться к их тексту и способам размещения.

В Законе РФ "О рекламе" говорится, что рекламой является распространяемая в любой форме с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга лиц. Цель такой информации - формировать или поддерживать интерес к физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний.

Так как плательщиками налога на рекламу являются любые расположенные на территории Москвы предприятия и организации независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, имеющие согласно законодательству Российской Федерации статус юридических лиц, если они выступают в качестве рекламодателей, значит, и некоммерческие организации могут стать плательщиками налога на рекламу.

Освобождаются они от этого налога, если по своему характеру это сообщение не относится к рекламным услугам.

Также не считаются рекламой визитные карточки сотрудников организации.

Вывески с названиями организаций установленные в общественных местах, относятся к наружной рекламе. Вывески, расположенные у входа и внутри зданий и помещений, занимаемых этими организациями, относятся к информационным вывескам, и затраты на их изготовление не облагаются налогом на рекламу.

При ведении только уставной непредпринимательской деятельности некоммерческая организация не должна уплачивать налог на рекламу. Но это условие освобождает организацию от налога в двух случаях;

- во-первых, если поступления средств в некоммерческую организацию от других юридических и физических лиц правильно оформлены первичными документами и могут быть однозначно отнесены к поступлениям на уставную непредпринимательскую деятельность;

- во-вторых, если эти поступления не могут быть расценены как спонсорская помощь.

Если юридическое лицо оказывает финансовую поддержку благотворительной организации и ставит условием своего вклада сообщение о своей организации с указанием ее названия, а также конкретных марок (моделей, артикулов) своих товаров в средствах массовой информации, то оно является спонсором. Реклама перестает быть социальной, а становится просто рекламой.

Спонсорский вклад в этом случае признается платой за рекламу, а спонсор и спонсируемый - соответственно рекламодателем и рекламораспространителем.

Деятельность по ее распространению будет расцениваться, как посредническая деятельность. Такая деятельность подлежит налогообложению в порядке, предусмотренном для коммерческих организаций.

Учет этой деятельности следует вести отдельно с использованием счетов, предусмотренных для предприятий и организаций коммерческой сферы.

Некоммерческая организация - плательщик налога на рекламу, должна представлять расчеты по этому налогу в налоговый орган.

Расчеты по налогу на рекламу юридические лица представляют ежеквартально нарастающим итогом в сроки, установленные для сдачи квартальной и годовой бухгалтерской отчетности.

**Список литературы**

1. Налоги: Учебное пособие/Под ред. Д.Г.Черника. – М.:Финансы и статистика, 2000

2. Справочная правовая система "Гарант"

3. www.taxlab.ru – исследовательский фонд предпринимательства

4. www.poshlina.ru – налоги и налогообложение в РФ