

Нормы и нормативы на представительские расходы, расходы на рекламу и на подготовку и переподготовку кадров

Письмо Министерства финансов Российской Федерации · № 94 · от 06.10.1992 · Утратил силу

Письмо Министерства финансов Российской Федерации от 06.10.1992 г. № 94 (Бюллетень нормативных актов министерств и ведомств Российской Федерации от 1993 г., № 1)

П И С Ь М О

Министерства финансов Российской Федерации
от 6 октября 1992 г. N 94

Утратило силу с 1 апреля 2000 г. -

Приказ Министерства финансов
Российской Федерации
от 15.03.2000 г. N 26н

Нормы и нормативы на представительские расходы,
расходы на рекламу и на подготовку и переподготовку кадров
на договорной основе с учебными заведениями, регулирующие
размер отнесения этих расходов на себестоимость
продукции (работ, услуг), и порядок их применения

Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации
7 октября 1992 г. Регистрационный N 71

Постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа
1992 г. N 552 "Об утверждении Положения о составе затрат по
производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в
себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования
финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли"*
Министерству финансов Российской Федерации поручено разработать и
утвердить нормы и нормативы на представительские расходы, расходы
на рекламу, а также на подготовку и переподготовку кадров на
договорной основе с учебными заведениями, регулирующие размер
отнесения этих расходов на себестоимость продукции (работ, услуг),
и порядок их применения.

Во исполнение указанного постановления Министерство финансов
Российской Федерации сообщает следующее.

1. Представительские расходы, связанные с коммерческой
деятельностью, - это затраты предприятия по приему и обслуживанию
представителей других предприятий, организаций и учреждений
(включая иностранных), прибывших для переговоров с целью
установления и поддержания взаимовыгодного сотрудничества, а также
участников, прибывших на заседания совета (правления) предприятия и
ревизионной комиссии.

К представительским расходам относятся затраты, связанные с
проведением официального приема (завтрака, обеда или другого
аналогичного мероприятия) представителей (участников), их
транспортным обеспечением, посещением культурно-зрелищных
мероприятий, буфетным обслуживанием во время переговоров и

мероприятий культурной программы, оплатой услуг переводчиков, не состоящих в штате предприятия.

Указанные расходы включаются в себестоимость продукции (работ, услуг) в пределах утвержденных советом (правлением) смет предприятия на отчетный год. Общая сумма расходов по смете и фактические расходы, относимые на себестоимость продукции (работ, услуг), не должны превышать предельных размеров, исчисляемых по нормативам, приведенным в приложении 1 к настоящему письму. Включение представительских расходов в себестоимость продукции (работ, услуг) разрешается только при наличии оправдательных первичных документов, в которых должны быть указаны дата и место, программа проведения деловой встречи (приема), приглашенные лица, участники со стороны предприятия, величина расходов. Предприятиям рекомендуется определить конкретный порядок расходования средств на представительство, их документального оформления и контроля, включая установление круга лиц, имеющих отношение к этой стороне деятельности предприятия.

2. Расходы на рекламу - это расходы предприятия по целенаправленному информационному воздействию на потребителя для продвижения продукции (работ, услуг) на рынках сбыта.

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.

* Сообщено финансовым органам письмом Минфина России от 25 августа 1992 г. N 80.

Общая величина фактических расходов на рекламу, относимых на себестоимость продукции (работ, услуг), не должна превышать предельных размеров, исчисляемых по нормативам, приведенным в приложении 2 к настоящему письму.

3. К расходам на подготовку и переподготовку кадров на договорной основе с учебными заведениями относятся затраты, связанные с оплатой предприятиями в соответствии с договором за предоставление учебными заведениями в процессе подготовки

специалистов услуг, не предусмотренных утвержденными учебными программами; за обучение кадров, не прошедших конкурсных экзаменов и принятых на обучение по договору; за переподготовку и повышение квалификации кадров.

Вышеуказанные затраты подлежат включению в себестоимость продукции (работ, услуг) при условии заключения договоров с государственными и негосударственными профессиональными образовательными учреждениями, получившими государственную аккредитацию (имеющими соответствующую лицензию), а также зарубежными образовательными учреждениями.

При заключении договоров с профессиональными образовательными учреждениями на предоставление услуг предприятию по подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров следует иметь в виду, что общая величина расходов, относимых на себестоимость продукции (работ, услуг), не может превышать двух процентов расходов на оплату труда работников, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг).

4. Представительские расходы, расходы на рекламу, подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров на договорной основе с учебными заведениями, превышающие предельные размеры, исчисленные в соответствии с настоящим письмом, относятся за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

5. В бухгалтерском учете представительские расходы и плата за обучение на основе договоров с учебными заведениями (в части, относящейся к отчетному периоду) отражаются по дебету счета 26 "Общехозяйственные расходы", а расходы на рекламу - по дебету счета 43 "Коммерческие расходы" в корреспонденции со счетами учета производимых расходов (10 "Материалы", 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками", 70 "Расчеты с персоналом предприятия по оплате труда", 71 "Расчеты с подотчетными лицами", 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами" и др.).

Суммы произведенных представительских расходов, расходов на рекламу и подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров включаются в себестоимость продукции (работ, услуг) без налога на добавленную стоимость и специального налога.

6. В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 5 августа 1992 г. N 552 установленные настоящим письмом нормы и нормативы вводятся в действие с 1 июля 1992 г.

Приложение 1
к письму Министерства финансов
Российской Федерации
от 6 октября 1992 г.
N 94
Н О Р М А Т И В Ы
для исчисления предельных размеров
представительских расходов в год

Объем выручки от реализации продукции | Предельные размеры
(работ, услуг) или иной показатель, | представительских расходов,
используемый при определении | принимаемых при
финансового результата, в год | налогообложении прибыли
(включая налог на добавленную |
стоимость и специальный налог)

до 2 млрд. рублей включительно 0,5 процента от объема

от 2 млрд. рублей до 50 млрд. 10 млн. рублей + 0,1 процента
рублей включительно с объема, превышающего
2 млрд. рублей

свыше 50 млрд. рублей 58 млн. рублей + 0,02 процен-
та с объема, превышающего
50 млрд. рублей

(Приложение в редакции Письма Министерства финансов Российской
Федерации от 29.04.94 г. N 56)

Приложение 2
к письму Министерства финансов
Российской Федерации
от 6 октября 1992 г.
N 94

Н О Р М А Т И В Ы
для исчисления предельных размеров
расходов на рекламу в год

Объем выручки от реализации | Предельные размеры расходов
продукции (работ, услуг) или иной | на рекламу, принимаемых
показатель, используемый при | при налогообложении прибыли
определении финансового результата, |
в год (включая налог на добавленную |
стоимость и специальный налог)

до 2 млрд. рублей включительно 2 процента от объема

от 2 млрд. рублей до 50 млрд. 40 млн. рублей + 1,0 процент
рублей включительно с объема, превышающего
2 млрд. рублей

свыше 50 млрд. рублей 520 млн. рублей + 0,5 процента
с объема, превышающего
50 млрд. рублей

Примечание. Организации, осуществляющие свою деятельность в сфере
предоставления туристских услуг, увеличивают
исчисленную предельную сумму расходов на рекламу в три
раза.

(Приложение в редакции Письма Министерства финансов Российской Федерации от 29.04.94 г. N 56)
