

О нормах и нормативах на представительские расходы, расходы на рекламу и на подготовку и переподготовку кадров на договорной основе с учебными заведениями, регулирующих размер отнесения этих расходов на себестоимость продукции (работ, услуг) для целей налогообложения и порядке их применения

Приказ Министерства финансов Российской Федерации · № 26н · от 15.03.2000 · Утратил силу

Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 15.03.2000 г. № 26н (Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти от 2000 г., № 17)

П Р И К А З

Министерства финансов Российской Федерации
от 15 марта 2000 г. N 26н

Утратил силу - Приказ Министерства
финансов Российской Федерации
от 26.06.2009 г. N 64н

О нормах и нормативах на представительские расходы,
расходы на рекламу и на подготовку и переподготовку кадров
на договорной основе с учебными заведениями,
регулирующих размер отнесения этих расходов
на себестоимость продукции (работ, услуг) для целей
налогообложения, и порядке их применения

Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации
11 апреля 2000 г. Регистрационный N 2192

Во исполнение постановления 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" (Собрание актов Президента и Правительства
Российской Федерации, 1992, N 9, ст. 602; Собрание законодательства
Российской Федерации, 1995, N 27, ст. 2587; N 28, ст. 2686; N 48,
ст. 4683; 1996, N 43, ст. 4924; N 49, ст. 5557; 1997, N 11,
ст. 1322; 1998, N 2, ст. 260; N 22, ст. 2469; N 37, ст. 4624,
ст. 4634; N 38, ст. 4810; 1999, N 27, ст. 3381; N 29, ст. 3757) и в
связи с изменением индекса цен и инфляционными процессами,
повлиявшими на соотношение представительских расходов, расходов на
подготовку и переподготовку кадров и расходов на рекламу
предприятий и организаций и объемных показателей, приказываю:

1. Утвердить прилагаемые 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) для целей налогообложения, и порядок их

применения.

2. Признать утратившими силу:

письмо Министерства финансов Российской Федерации от 6 октября 1992 г. N 94 "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 в Министерстве юстиции Российской Федерации 7 октября 1992 г., регистрационный номер 71);
письмо Министерства финансов Российской Федерации от 29 апреля 1994 г. N 56 "О внесении изменений в письмо Министерства финансов Российской Федерации от 6 октября 1992 г. N 94 "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) для целей налогообложения, и порядок их применения" (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 10 мая 1994 г., регистрационный номер 557);
приказ Министерства финансов Российской Федерации от 10 августа 1999 г. N 51н "О порядке определения размеров представительских расходов и расходов на рекламу страховыми организациями" (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 6 сентября 1999 г., регистрационный номер 1888).

3. Настоящий приказ ввести в действие с 1 апреля 2000 г.

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) для целей налогообложения, и порядок их применения

Утверждены приказом Министерства финансов Российской Федерации от 15 марта 2000 г. N 26н

1. Представительские расходы, связанные с деятельностью организации, - это расходы организации по приему и обслуживанию представителей других организаций (включая иностранных), участвующих в переговорах с целью установления и (или) поддержания взаимовыгодного сотрудничества, а также участников, прибывших на заседания совета (правления) или другого аналогичного органа организации.

К представительским расходам относятся расходы, 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 организации.

Включение представительских расходов в себестоимость продукции (работ, услуг) разрешается только при наличии первичных учетных документов, в которых должны быть указаны дата и место проведения деловой встречи (приема), приглашенные лица, участники со стороны организации, конкретное назначение расходов и величина расходов.

Организации рекомендуется определить конкретный порядок расходования средств на представительство, их документального оформления и контроля, включая установление круга лиц, имеющих отношение к этой деятельности организации.

При этом фактические расходы, отнесенные на себестоимость продукции (работ, услуг) для целей налогообложения, не должны превышать предельных размеров, исчисляемых по следующим нормативам:

+-----+	
Объем выручки от продажи про-	Предельные размеры представитель-
дукции (работ, услуг), включая	ских расходов, принимаемых при
налог на добавленную стоимость	налогообложении прибыли
(1)	
+-----+-----	
1	2
+-----+-----	
До 30 млн. рублей включительно 1 процент от объема	
свыше 30 млн. рублей 0,3 млн. рублей + 0,5 процента с	
объема, превышающего 30 млн.	
рублей	
+-----+	

(1) Организации, осуществляющие торговую деятельность, при расчете предельных размеров представительских расходов используют показатель валовой прибыли.

Страховые организации при расчете предельных размеров представительских расходов используют показатель "страховые премии (взносы) по договорам страхования, сострахования и по рискам, принятым в перестрахование, за вычетом страховых премий (взносов) по рискам, переданным в перестрахование, определяемых как сумма строк 010 и 080 ФН 2 "Отчет о прибылях и убытках страховой организации", утвержденной приказом Министерства финансов Российской Федерации от 28 ноября 2000 г. N 105н "О формах бухгалтерской отчетности страховых организаций и отчетности, представляемой в порядке надзора" (не нуждается в государственной регистрации, письмо Минюста России от 25.12.2000 г. N 11264-ЮД).

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

К расходам организации на рекламу относятся расходы на разработку, издание и распространение рекламных изделий (иллюстрированных прейскурантов, каталогов, брошюр, альбомов, проспектов, плакатов, афиш, рекламных писем, открыток и т. п.); на разработку, изготовление и распространение эскизов этикеток,

образцов оригинальных и фирменных пакетов, упаковки, приобретение, изготовление и распространение рекламных сувениров, образцов выпускаемой продукции 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; участие в выставках, ярмарках, экспозициях; на оформление витрин, выставок-продаж, комнат образцов и демонстрационных залов; на уценку товаров, полностью или частично потерявших свое первоначальное качество при экспонировании в витринах; на приобретение (изготовление) и распространение призов, вручаемых победителям розыгрышей таких призов во время проведения массовых рекламных компаний; на проведение иных рекламных мероприятий, связанных с деятельностью организации.

Общая величина фактических расходов на рекламу, относимых на себестоимость продукции (работ, услуг) для целей налогообложения, не должна превышать предельных размеров, исчисляемых по следующим нормативам:

+-----+	
Объем выручки от продажи	Предельные размеры расходов
продукции (работ, услуг),	на рекламу, принимаемых
включая налог на добавленную	при налогообложении
стоимость (1)	прибыли (2)
+-----+-----	
1	2
+-----+-----	
До 30 млн. рублей включительно 7,5 процентов от объема	
Свыше 30 млн. рублей 2,25 млн. рублей + 3,75 процента	
с объема, превышающего 30 млн.	
рублей	
Свыше 300 млн. рублей 12,375 млн. рублей + 1,5 процента	
с суммы, превышающей 300 млн.	
рублей	
+-----+	

(Пункт в редакции Приказа Министерства финансов Российской Федерации от 01.03.2001 г. N 18н)

(1) Организации, осуществляющие торговую деятельность, при расчете предельных размеров расходов на рекламу используют показатель валовой прибыли.

Страховые организации при расчете предельных размеров расходов на рекламу используют показатель "страховые премии (взносы) по договорам страхования, сострахования и по рискам, принятым в перестрахование, за вычетом страховых премий (взносов) по рискам,

переданным в перестрахование".

(2) Организации, осуществляющие свою деятельность в сфере предоставления туристских услуг, увеличивают исчисленную предельную сумму расходов на рекламу в два раза.

3. К расходам на подготовку и переподготовку кадров относятся расходы, необходимые для обеспечения деятельности организации, связанные с оплатой предоставляемых в соответствии с договором с образовательным учреждением образовательных услуг, предусмотренных уставом образовательного учреждения, а также дополнительного образования кадров этой организации.

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

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