

О применении налоговых льгот по продукции средств массовой информации и книжной продукции

Разъяснение · № ПВ-6-03/393 · от 07.06.1996 · Государственная налоговая служба · Действует без изменений

Р А З Ъ Я С Н Е Н И Е Государственной налоговой службы

Российской Федерации от 7 июня 1996 г. N ПВ-6-03/393.

Согласовано с Министерством финансов Российской Федерации

и Комитетом Российской Федерации по печати О применении налоговых льгот по продукции средств массовой информации и книжной продукции

Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации

14 июня 1996 г. Регистрационный N 1106

В связи с запросами налогоплательщиков и налоговых органов и в целях четкого определения объектов, освобожденных от налога на прибыль и налога на добавленную стоимость, а также с введением в действие Федерального закона от 30.11.95 N 188-ФЗ "О внесении изменений и дополнений в отдельные законы Российской Федерации о налогах", Государственная налоговая служба Российской Федерации по согласованию с Министерством финансов Российской Федерации и Комитетом Российской Федерации по печати разъясняет следующее:

1. К книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, освобождаемой от налога на добавленную стоимость и налога на прибыль, относится продукция (за исключением продукции рекламного и эротического характера), подпадающая под следующие кодовые обозначения Общероссийского классификатора продукции ОК 005-93, том 2 (М., Изд-во стандартов, 1994):

95 3000 - книги и брошюры;

95 4010 - издания репродукционные, картографические, нотные;

95 4110 - альбомы по искусству;

95 4130 - альбомы, атласы;

95 6000 - нотные издания;

95 7810 - календари отрывные ежедневные;

95 9000 - издания для слепых.

Аналогично к периодической печатной продукции следует относить продукцию полиграфической промышленности, подпадающую под кодовые обозначения Общероссийского классификатора продукции ОК 005-93 (том 2):

95 1000 - газеты;

95 2000 - периодические и продолжающиеся издания (журналы, сборники/бюллетени).

2. В случае если продукция была приобретена с налогом на добавленную стоимость и реализована после 01.01.96, то есть после введения в действие Федерального закона от 30.11.95 N 188-ФЗ "О внесении изменений и дополнений в отдельные законы Российской Федерации о налогах", заготовительные, оптовые, снабженческо-сбытовые и другие организации (предприятия), занимающиеся продажей и перепродажей товаров, сумму налога на добавленную стоимость по остаткам товаров на 01.01.96 должны относить на увеличение стоимости продукции, отраженной на счете 41 "Товары". Если указанная сумма налога на добавленную стоимость не была включена в цену реализации продукции (как указано выше), то ее следует относить на издержки обращения.

3. Доходы рекламных агентств за оказание услуг рекламодателям по размещению рекламы в средствах массовой информации подлежат обложению налогом на добавленную стоимость и налогом на прибыль в общеустановленном порядке.

4. По товарам (работам, услугам), использованным при изготовлении продукции и осуществлении операций, освобожденных от налога в соответствии с подпунктом "з" пункта 1 статьи 5 Закона Российской Федерации от 06.12.91 N 1992-I "О налоге на добавленную стоимость", суммы налога, согласно порядку исчисления налога на добавленную стоимость, уплаченные поставщикам по таким

товарам (работам, услугам), относятся на издержки производства и обращения.

Данный порядок полностью распространяется на редакции средств массовой информации, информационные агентства, организации по распространению периодических печатных изданий и книжной продукции (включая оптовую и розничную торговлю), полиграфические предприятия, имеющие льготы по налогу на добавленную стоимость.

5. В соответствии с пунктом 2 статьи 5 Закона Российской Федерации от 06.12.91 N 1992-I (с последующими изменениями и дополнениями) "О налоге на добавленную стоимость" организации (предприятия), реализующие товары (работы, услуги), как освобождаемые от налога на добавленную стоимость, так и облагаемые указанным налогом, имеют право на получение льгот, предусмотренных пунктом 1 статьи 5 вышеуказанного Закона, только при наличии отдельного учета затрат по производству и реализации таких товаров (работ, услуг). Порядок ведения отдельного учета определяется приказом Министра финансов Российской Федерации от 28.07.94 N 100 "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учетная политика предприятия" и оформляется организационно-распределительным документом руководителя организации (предприятия).

6. При предоставлении льгот по налогу на добавленную стоимость и налогу на прибыль передающим центрам следует иметь в виду следующее.

Согласно статье 1 главы I Федерального закона от 01.12.95 N 191-ФЗ "О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации" под передающим центром понимаются радиотелевизионные передающие центры, радиоцентры и иные организации электросвязи, предоставляющие услуги по распространению теле- и (или) радиопрограмм, подготовленных организациями теле-, радиовещания.

Организации (предприятия) связи, оказывающие услуги по доставке электронных средств массовой информации, подпадают под понятие "передающие центры" в случае, если они распространяют продукцию средств массовой информации, не связанную с рекламой и эротикой.

Данный порядок льготирования распространяется и на услуги по доставке фотоформ для тиражирования печатной продукции в другие города.

На получение данной льготы имеют право предприятия, реализующие товары (работы, услуги), как освобожденные от налога на прибыль и налога на добавленную стоимость, так и облагаемые данными налогами, при наличии отдельного учета затрат по производству и реализации таких товаров (работ, услуг).

7. Редакции средств массовой информации, информационные агентства, организации по распространению периодических печатных изданий и книжной продукции (включая оптовую и розничную торговлю), полиграфические организации (предприятия), осуществляющие другие виды деятельности, кроме тех, на которые распространяются льготы по налогу на прибыль (освобождаемые от исчисления и уплаты налога на прибыль в федеральный бюджет), определяют указанную прибыль в порядке, установленном приказом руководителя предприятия, организации (пропорционально печатным листам-оттискам, выручке от реализации, прямой заработной плате, товарообороту)

Этот порядок не распространяется на деятельность, связанную с реализацией основных фондов и иного имущества, внереализационными операциями.

8. При отнесении напечатанной или передаваемой в средствах массовой информации и книжной продукции информации к рекламе необходимо руководствоваться Законом Российской Федерации от 18.07.95 N 108-ФЗ "О рекламе".