

РАСХОДЫ НА РЕКЛАМУ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Пархоменко В.М.¹, Нефедова С.В.²

¹Пархоменко Виктория Михайловна – студент,
профиль: бухгалтерский учет, анализ и аудит;

²Нефедова Светлана Валерьевна - кандидат экономических наук, доцент,
кафедра экономики и управления,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
г. Тула

Аннотация: в статье рассмотрены особенности учета и налогообложения операций, связанных с рекламой в социальных сетях.

Ключевые слова: реклама в социальных сетях, бухгалтерский учет, налогообложение.

Реклама - информация, распространяющаяся в любой форме различными способами и адресованная неопределенному кругу лиц с целью привлечения внимания объекту рекламирования и продвижения его на рынке. Современное поколение потребителей диктует новые подходы к рекламе товаров, работ и услуг. Все чаще реклама осуществляется через интернет, в том числе через социальные сети.

Затраты на рекламные мероприятия через Интернет и СМИ относятся в учете к расходам организации на рекламу. Согласно ст. 264 Налогового кодекса РФ для целей налогообложения прибыли такие расходы признаются ненормируемыми, поскольку учитываются в полном объеме. Но подтвердить факт обоснованности расходов на рекламу в социальных сетях, а также реальность этой рекламы проблематично.

Согласно ст. 252 Налогового кодекса РФ для признания расходов в целях налогообложения необходимы подтверждающие документы, оформленные в соответствии с законодательством РФ. Такими документами могут служить: договор о размещении рекламы, счет на оплату, акт об оказанных услугах и отчет о статистике просмотров данной рекламы. Именно статистика посещений рекламного поста на социальной страничке блогера является итогом рекламной компании и доказывает экономическую обоснованность понесенных затрат.

На сегодняшний день реклама в социальных сетях блогеров, аудитория которых значительно превышает аудиторию многих СМИ, является весьма эффективной. Разнообразный порядок её оплаты – с помощью наличных денежных средств, банковских карт, интернет-кошельков, различных платежных систем, а также бартером – особенность рекламы в социальных сетях.

Для бухгалтера оптимальным способом оплаты расходов на данную рекламу является оплата с банковского счета или корпоративной карты. Держатель карты (сотрудник) оплачивает услуги с помощью корпоративной карты, предъявляет в бухгалтерию авансовый отчет, к которому следует приложить: договор об оказании услуг, документы, подтверждающие эти услуги, квитанцию электронных платежей, выписку с банковского счета, свидетельствующую об оплате. Также будет целесообразно подготовить бухгалтерскую справку, где зафиксировать распечатками электронных документов подтверждение факта оказания услуги.

При заключении сделки по размещению рекламы в блогах физических лиц с ними необходимо заключить гражданско-правовой договор. Вознаграждение, выплачиваемое по этому договору, признается объектом обложения НДФЛ. Согласно ст. 226 НК РФ организация, от которой налогоплательщик получил доходы, обязана исчислить, удержать у него и уплатить в бюджет сумму НДФЛ.

При продаже товаров российскими организациями контрагентам из стран, входящих в Евразийский экономический союз, чаще возникает ситуация: иностранный деловой партнер осуществляет рекламу товара в своей стране, а российская компания возмещает полностью или частично стоимость рекламных услуг.

Продвижение товаров российского производителя иностранным партнером классифицируется как оказание рекламных услуг российской организацией. В силу п. 28 Протокола о порядке взимания косвенных налогов и механизме контроля за их уплатой при экспорте и импорте товаров, выполнении работ, оказании услуг (приложение № 18 к Договору о Евразийском экономическом союзе) местом реализации рекламных услуг будет признана территория РФ.

Следовательно, операции по реализации товаров на территории РФ на основании ст. 146 НК РФ являются объектом обложения НДС. Налог исчисляется и уплачивается в российский бюджет налоговым агентом, и согласно ст. 174 НК РФ уплата НДС осуществляется одновременно с перечислением средств иностранному деловому партнеру.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч. 2 [Электронный ресурс]: Федер. закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 01.05.2019). СПС КонсультантПлюс/ (дата обращения: 04.05.2019).
 2. О бухгалтерском учете. [Электронный ресурс]: Федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 28.11.2019). СПС КонсультантПлюс/ (дата обращения: 04.05.2019).
 3. О рекламе. [Электронный ресурс]: Федер. закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 12.05.2019). СПС КонсультантПлюс/ (дата обращения: 13.05.2019).
 4. *Кондраков Н.П., Кондраков И.Н.* Бухгалтерский учет в схемах и таблицах. М.: Проспект, 2018. 280 с.
 5. *Краснова Е.В.* Расходы на рекламу: непростые случаи // Бухгалтерский учет, 2018. № 11.
-