

«Минфин России пояснил порядок отражения расходов на изучение конъюнктуры рынка»

В соответствии с положениями налогового законодательства налогоплательщик может учесть для целей налогообложения прибыли рекламные расходы (подп. 28 п. 1 ст. 264 Налогового кодекса). Расходы на рекламу производимых (приобретенных) и (или) реализуемых товаров (работ, услуг), деятельности налогоплательщика, товарного знака и знака обслуживания, а также расходы на иные виды рекламы могут быть включены во внереализационные расходы, но в размере не более 1% выручки от реализации, определяемой в соответствии с нормами НК РФ (п. 4 ст. 264 НК РФ).

Напомним, что под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (ст. 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ). Поэтому все расходы налогоплательщика, возникающие в связи с осуществлением вышеуказанных мероприятий, учитываются для целей налога на прибыль.

При этом, как пояснил Минфин России, расходы на текущее изучение (исследование) конъюнктуры рынка, сбор информации, непосредственно связанной с производством и реализацией товаров (работ, услуг), относятся к прочим расходам, связанным с производством и реализацией (письмо Департамента налоговой политики Минфина России от 9 апреля 2021 г. № 03-03-06/1/26537).

Источник: ГАРАНТ

<https://delprof.ru/press-center/law-news/minfin-rossii-poyasnil-poryadok-otrazheniya-raskhodov-na-izuchenie-konyunktury-rynka/>

Группа «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ»

127015, г. Москва, ул. Вятская, д. 70

+7 (495) 740-16-01

info@delprof.ru