



Рис. 2. Усовершенствованная классификация аудита

РОЛЬ МЕТОДА НАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ В ИСЧИСЛЕНИИ НАЛОГА НА ИМУЩЕСТВО

Максимова Т.В., Ключникова О.С.

ГОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет», Челябинск, e-mail: Olga1635@mail.ru

Налог на имущество относится к числу региональных налогов в Российской Федерации. Для предприятий, занимающихся производственной деятельностью, имеющих в собственности солидный штат оборудования платежи по данному налогу занимают значительное место в системе платежей в бюджет в соответствии с налоговым законодательством.

Для расчета налоговой базы по налогу на имущество объекты этого налога в соответствии со ст. 374 НК РФ должны быть учтены в составе основных средств на балансе организации в соответствии с требованиями ведения бухгалтерского учета в Российской Федерации. Требования учета основных средств изложены в ПБУ 6/01 «Учет основных средств» утвержденном приказом Минфина РФ от 30 марта 2001 г. №26-н. В соответствии с ПБУ 6/01 остаточная стоимость определяется как разница между первоначальной стоимостью и амортизационными отчислениями. При этом амортизационные отчисления могут осуществляться одним из следующих способов: линейный, нелинейный, уменьшаемого остатка, суммы чисел лет, пропорционально объему произведенной продукции

При расчете налога на имущество остаточная стоимость основных средств определяется по данным бухгалтерского учета. Из всех четырех способов начисления амортизации основных средств в бухучете с точки зрения налогообложения выигрышным оказывается способ уменьшаемого остатка

Способ уменьшаемого остатка предполагает использование повышающего коэффициента (не более 3 п.19 ПБУ 6/01). Конкретный размер этого коэффициента налогоплательщик определяет самостоятельно. Однако, погашение стоимости амортизируемого объекта в убывающей прогрессии означает, что начисленная амортизация никогда не достигнет 100%.

Для примера рассчитаем сумму авансовых платежей и сумму налога на имущество организаций за налоговый период. Для этого определим амортизационные отчисления по основному средству стоимостью 2 000 000 рублей и сроком полезного использования 16,6 лет. В первый год службы амортизация основного средства составит 361 446 (2 000 000·3:16,6) рублей. Ежемесячная сумма амортизации составит 30 121 рубль (361 446:12) Таким образом, остаточная стоимость составит на 1 января: – 2 000 000 рублей, на 1 февраля – 1 969 879 рублей (2 000 000 – 30 121), на 1 марта – 1 939 758 рублей (2 000 000 – (2·30 121)), на 1 апреля – 1 909 637 рублей (2 000 000 – (3·30121)). Таким образом, сумма авансового платежа по налогу на имущество организаций за I квартал составит:

$$(2\,000\,000 + 1\,969\,879 + 1\,939\,758 + 1\,909\,637) : 4 \times 2,2\% \cdot 0,25 = 10\,752 \text{ рублей}$$

– сумма авансового платежа за первый квартал.

Следующим непропорциональным способом начисления амортизации является способ по сумме чисел лет срока полезного использования.

$$A = OC \cdot \frac{\text{число лет, оставшихся}}{\sum \text{чисел лет}} = 2000000 \cdot \frac{16,6}{152,6} = 217562 \text{ руб.}$$

амортизационные отчисления за первый год, где A – сумма амортизации; OC – первоначальная стоимость основного средства.

217 562:12 = 18 130 руб. ежемесячные амортизационные отчисления.

Таким образом, остаточная стоимость для расчета суммы авансовых платежей для целей налога на имущество организации составляется на 1 января: 2 000 000 рублей, на 1 февраля – 1 981 870 (2 000 000 – 18 130) рублей, на 1 марта – 1 963 740 (2 000 000 – (2·18 130)рублей, на 1 апреля – 1 945 610 (2 000 0000 – (3·18 130) рублей. Таким образом, сумма авансовых платежей за I квартал составит 10 850 рублей.

Однако с 2002 года в НК РФ появляется понятие налогового учета, в связи с чем у налогоплательщиков может возникнуть вопрос о необходимом применении норм налогового учета и для целей расчета налога на имущество организации.

Так, в налоговом учете организация может выбрать один из двух методов начисления амортизации: линейный или нелинейный. С точки зрения налогообложения преимуществами обладает последний. Он позволяет быстрее списывать стоимость основных средств в расходы.

Амортизация при нелинейном способе рассчитывается исходя из норм амортизации, указанных в ст.259.2.

Так, в нашем примере имущество относится к седьмой амортизационной группе, поэтому норма амортизации равна 1,3 процентов. Таким образом, остаточная стоимость на 1 января: – 2000000 рублей, на 1 февраля: 1974000 (2 000 000 – (2000000·0,013) рублей, на 1 марта: – 1948338 (1 974 000 – (1974000·0,013)) рублей, на 1 апреля: – 1923009 (1 948 338 – (1948338·0,013)) рублей. Сумма авансового платежа за первый квартал составит

$$10\,787,5 \left((2000000 + 1974000 + 1948338 + 1923009) \cdot 4 \times 2,2\% \cdot 0,25 \right) \text{ рублей.}$$

Однако нередко в качестве основного фактора, влияющего на привлекательность того или иного метода амортизации, выступает необходимость сближения бухгалтерского и налогового учета.

Условиями совпадения суммы начисленной амортизации, признаваемой в бухгалтерском и налоговом учете, являются:

– одинаковые величины первоначальной стоимости актива в бухгалтерском и налоговом учете;

– установление одинакового срока полезного использования актива для целей бухгалтерского и налогового учета в соответствии с Классификацией основных средств, включаемых в амортизационные группы, утвержденной постановлением Правительства РФ от 01.01.2002 (в редакции от 09.07.2003. № 415) (далее – Классификация);

– установление одинаковых способов начисления амортизации, таковым является линейный способ начисления амортизации.

$$n_a = \frac{1}{n} \cdot 100\% = \frac{1}{16,6} \cdot 100 = 6\%;$$

2 000 000·6% = 120 000 рублей – за налоговый период (год). Таким образом, ежемесячная сумма амортизации равна 10 000 рублей. Остаточная стоимость на 1 января – 2000000 рублей, на 1 февраля – 1990000 (2000000 – 10000) рублей, на 1 марта: 1980000 (1990000 – 10000) рублей, на 1 апреля: 1970000 руб. (1980000 – 10000) рублей.

$(2000000 + 1990000 + 1980000 + 1970000) \cdot 4 \times 2,2\% \cdot 0,25\% = 10\,917,5$ – сумма авансовых платежей за первый квартал.

Полученные результаты по авансовым платежам за первый квартал и за первый год эксплуатации основного средства обобщим в таблице.

Суммы авансового платежа и суммы налога на имущество организаций за отчетный (налоговый) период

Отчетный (налоговый) период	Способы			Сумма чисел лет
	Линейный	Нелинейный	Способ уменьшаемого остатка	
I квартал	10917,5	10787,5	10745	10850
...
Год	42680,5	40721	40019	41605

Из всех четырех способов начисления амортизации в бухгалтерском учете минимизация налога на имущество может быть достигнута только за счет применения способа уменьшаемого остатка.

В заключении отметим, что какой бы способ не выбрала организация этот способ должен быть зафиксирован в учетной политике организации.

ОПЕРАТИВНЫЙ АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

Маркова А.А.

Российский университет Дружбы народов, Москва,
e-mail: alinochka8706@inbox.ru

Чтобы избежать существенные финансовые потери, в период кризиса необходимо применять другой специфичный маркетинг, смысл которого заключается в оперативном изменении маркетинговой политики фирмы и всех составляющих маркетинга в зависимости от изменений внешней и внутренней среды.

Необходимо понять, насколько сократился рынок сбыта, сколько конкурентов осталось за бортом, какие каналы продаж эффективны и насколько существующая рекламная политика способствует удержанию клиентской.

Антикризисный маркетинг на то и антикризисный, чтобы экономить силы и средства и не задавать лишних вопросов, который заключается в выявлении существенных показателей, грамотном запросе, поиске, сборе и систематизации информации.

Одним из видов стратегий, которые применяются в антикризисном маркетинге, является доскональное изучение потребителя и его желаний, т.к. они тоже подвержены стрессу в условиях кризиса. Данная стратегия советует в такой период не усугублять положение массовыми предложениями, лучше заняться построением крепких связей со своими клиентами. Ниже приводятся 4 способа как это сделать.

1. Держите руку на пульсе – в кризис как никогда важно получать обратную связь от своих клиентов. Используя недорогие онлайн сервисы, можно узнать, что думают о компании и ее продукции клиенты. Есть возможность получить ценную информацию о потребностях и нуждах клиентов, которую можно использовать для улучшения и развития своего бизнеса. Чем ближе компания находится к покупателям, и чем лучше производятся ответы на их вопросы и пожелания, тем быстрее они захотят «повернуться к лицу», когда компания станет предлагать им новую услугу и продукт. И не важно, в каком состоянии находится экономика. Клиенты будут покупать у того предприятия, с кем у них хорошие отношения.

2. Установите диалог с вашими клиентами – в данном случае эффективно приглашать покупателей поучаствовать в беседе через маркетинговые информационные рассылки, прося читателей задавать свои вопросы и высказывать свое отношение к проблеме. Затем следует опубликовать все мнения и высказывания, что покажет, что компания разделяет их интересы и точно также обеспокоена проблемами в кризис.

3. Объединяйтесь с другими компаниями – здесь не имеет значения в какой категории предприятие является, ритейлером или домашним предпринимателем с веб-ресурсом, кооперируясь с похожими предприятиями с целью кросс-промоушинга появляется уникальная возможность расширить круг своих потребителей обеим сторонам.

4. Творите добро – клиенты всегда хорошо осведомлены о социальных событиях, поэтому показывая свою вовлеченность в социальную сферу и привлекая клиентов поучаствовать временем, деньгами, идеями в благотворительной кампании, есть возможность построить сильные, крепкие отношения со своими клиентами.

В противовес предыдущей стратегии существует «негативный» метод привлечения клиента. Это са-