BAA

ОБ УТВЕРЖДЕНИИ НОРМ И НОРМАТИВОВ НА ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКИЕ
РАСХОДЫ, РАСХОДЫ НА РЕКЛАМУ И НА ПОДГОТОВКУ И
ПЕРЕПОДГОТОВКУ СПЕЦИАЛИСТОВ НА ОСНОВЕ ДОГОВОРОВ,
ЗАКЛЮЧЕННЫХ С ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ,
РЕГУЛИРУЮЩИХ РАЗМЕР ОТНЕСЕНИЯ ЭТИХ РАСХОДОВ НА
СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ (РАБОТ, УСЛУГ),
И О ПОРЯДКЕ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ

ПРИКАЗ

МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИКИ
ПРИДНЕСТРОВСКОЙ МОЛДАВСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

11 июня 2003 г.
N 172

(САЗ 03-31)

Согласован: Министерство доходов

Зарегистрирован Министерством юстиции
Приднестровской Молдавской Республики 1 августа 2003 г.
Регистрационный N 2315

В соответствии с Указом Президента Приднестровской Молдавской Республики от 18 апреля 2003 г. N 177 "Об утверждении Положения, структуры и штатной численности Министерства экономики Приднестровской Молдавской Республики" (САЗ 03-16) и Указом Президента Приднестровской Молдавской Республики от 28 декабря 2001 г. N 690 "О Стандарте бухгалтерского учета N 3 "Состав затрат и расходов организации" (САЗ 01-53), приказываю:

1. Утвердить Нормы и нормативы на представительские расходы, расходы на рекламу и на подготовку и переподготовку специалистов на основе договоров, заключенных с образовательными учреждениями, регулирующие размер отнесения этих расходов на себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке их применения (прилагается);

2. Направить настоящий Приказ на регистрацию в Министерство юстиции Приднестровской Молдавской Республики;

3. Настоящий Приказ вступает в силу со дня официального опубликования и распространяет свое действие на правоотношения, возникшие с 17 мая 2003 года.

Е. ЧЕРНЕНКО

МИНИСТР

г. Тирасполь

11 июня 2003 г.

    N 172

Приложение
к Приказу Министра экономики
от 11 июня 2003 г. N 172

Нормы и нормативы на представительские расходы,
расходы на рекламу и на подготовку и переподготовку
специалистов на основе договоров, заключенных с
образовательными учреждениями, регулирующие размер
отнесения этих расходов на себестоимость продукции (работ,
услуг), и о порядке их применения

1. Сфера действия

Настоящие Нормы и нормативы распространяются на все юридические лица, которые занимаются предпринимательской деятельностью и зарегистрированы в Приднестровской Молдавской Республике, а также на их филиалы, представительства и другие структурные подразделения, расположенные как на территории Приднестровской Молдавской Республики, так и за ее пределами независимо от организационно-правовой формы и формы собственности.

2. Представительские расходы

Представительские расходы - расходы, связанные с предпринимательской деятельностью: затраты организации по приему и обслуживанию представителей других организаций (включая иностранных), прибывших для переговоров с целью установления и поддержания взаимовыгодного сотрудничества, а также участников, прибывших на заседание членов наблюдательных, коллегиальных исполнительных и ревизионных органов юридического лица; затраты, связанные с проведением официального приема (завтрака, обеда или другого аналогичного мероприятия) представителей (участников), с транспортным обеспечением, посещением культурно-зрелищных мероприятий, буфетным обслуживанием во время переговоров и мероприятий культурной программы, оплатой услуг переводчиков, не состоящих в штате организации; фактические затраты, связанные с приобретением памятных подарков.

Указанные фактически произведенные расходы включаются в себестоимость продукции (работ, услуг) в пределах утвержденных организацией смет на отчетный период, но не выше предельных размеров, исчисляемых по нормативам, приведенным в Таблице N 1 к настоящим Нормам и нормативам (прилагается).

Включение представительских расходов в себестоимость продукции (работ, услуг) разрешается только при наличии подтверждающих первичных документов, в которых должны быть указаны дата и место, программа проведения деловой встречи (приема), приглашенные лица, участники со стороны организации, величина расходов. Организациям рекомендуется определять конкретный порядок расходования средств на представительство, документального оформления и контроля, включая установление круга лиц, имеющих отношение к этой стороне деятельности организации. Лица, ответственные за составление смет на представительские расходы, а также осуществляющие контроль за исполнением смет, назначаются приказом руководителя организации.

3. Расходы на рекламу

Расходы на рекламу - 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 и издание рекламных изделий (иллюстрированных прейскурантов, каталогов, брошюр, альбомов, проспектов, плакатов, афиш, рекламных писем, открыток и т.п.); на разработку и изготовление эскизов этикеток, образцов оригинальных и фирменных пакетов, упаковки; приобретение и изготовление рекламных сувениров и т.д.; на рекламные мероприятия через средства массовой информации (объявление в печати, передачи по радио и телевидению); на световую и иную наружную рекламу; на приобретение, изготовление, копирование, дублирование и демонстрацию рекламных кино-, теле-, видео-, диафильмов и т.п.; на изготовление стендов муляжей, рекламных щитов, указателей и др.; на хранение и экспедирование рекламных материалов; на оформление витрин, выставок - продаж, комнат образцов; на уценку товаров, полностью или частично потерявших свое первоначальное качество при экспонировании в витринах; на проведение иных рекламных мероприятий, связанных с предпринимательской деятельностью.

Общая величина фактических расходов на рекламу, относимых на себестоимость продукции (работ, услуг), не должна превышать предельных размеров, исчисляемых по нормативам, приведенным в Таблице N 2 к настоящим Нормам и нормативам (прилагается).

4. Расходы на подготовку и переподготовку специалистов на основе
договоров, заключенных с образовательными учреждениями

К расходам на подготовку и переподготовку специалистов на договорной основе с образовательными учреждениями относятся затраты, связанные с оплатой организациями дополнительных услуг в процессе подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов.

Вышеуказанные затраты подлежат включению в себестоимость продукции (работ, услуг) при условии заключения договоров с государственными и негосударственными профессиональными образовательными учреждениями, получившими государственную аккредитацию (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 специалистов следует иметь в виду, что общая величина расходов, относимых на себестоимость продукции (работ, услуг), не может превышать четырех процентов расходов на оплату труда работников в части, относимой на себестоимость продукции (работ, услуг).

5. Порядок отражения в бухгалтерском учете представительских
расходов, расходов на рекламу, подготовку, переподготовку и
повышение квалификации специалистов на договорной основе с
образовательными учреждениями

Нормы и нормативы для исчисления предельных размеров представительских расходов и предельных размеров расходов на рекламу в год определены исходя из установленного расчетного уровня минимальной заработной платы.

В бухгалтерском учете представительские расходы и плата за обучение на основе договоров с образовательными учреждениями (в части, относящейся к отчетному периоду) отражаются по дебету счета 26 "Общехозяйственные затраты", а расходы на рекламу - по дебету счета 43 "Коммерческие расходы", 44 "Издержки обращения" в корреспонденции со счетами учета активов и обязательств (10 "Материалы", 40 "Готовая продукция", 41 "Товары", 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками", 71 "Расчеты с подотчетными лицами", 76 "Расчеты с разными дебиторами и кредиторами" и др.).

Представительские расходы, расходы на рекламу, подготовку, переподготовку и повышение квалификации специалистов на договорной основе с образовательными учреждениями, превышающие предельные размеры, исчисленные в соответствии с настоящими Нормами и нормативами, относятся за счет прибыли, остающейся в распоряжении организации.

Таблица N 1

НОРМАТИВЫ
для исчисления предельных размеров представительских расходов в год
(в расчетных уровнях минимальной заработной платы)

------------------------------------------------------------------------

| Доход от реализации продукции | Предельные размеры представительских |

| (работ, услуг) | расходов в год по смете |

|-------------------------------|--------------------------------------|

| до 680 000 включительно | 0,5% от дохода |

|-------------------------------|--------------------------------------|

| от 680 000 до 17 000 000 | 3 400 + 0,1% от дохода, |

| включительно | превышающего 680 000 |

|-------------------------------|--------------------------------------|

| свыше 17 000 000 | 19 720 + 0,02% от дохода, |

| | превышающего 17 000 000 |

------------------------------------------------------------------------

Примечание: Торговые, снабженческие и сбытовые организации при расчете предельных размеров представительских расходов используют показатель валового дохода от реализации товаров.

Таблица N 2

НОРМАТИВЫ
для исчисления предельных размеров расходов на рекламу в год
(в расчетных уровнях минимальной заработной платы)

--------------------------------------------------------------------------

| Доход от реализации продукции | Предельные размеры расходов на рекламу |

| (работ, услуг) | в год по смете |

|-------------------------------|----------------------------------------|

| до 680 000 включительно | 5% от дохода |

|-------------------------------|----------------------------------------|

| от 680 000 до 17 000 000 | 13 600 + 2% от дохода, |

| включительно | превышающего 680 000 |

|-------------------------------|----------------------------------------|

| свыше 17 000 000 | 176 800 + 1% от дохода, |

| | превышающего 17 000 000 |

--------------------------------------------------------------------------

Примечание: Торговые, снабженческие и сбытовые организации при расчете предельных размеров расходов на рекламу используют показатель валового дохода от реализации товаров. Организации, осуществляющие свою деятельность в сфере предоставления туристических услуг, увеличивают исчисленную предельную сумму расходов на рекламу в два раза.