

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

В. А. Кинсбургская

НАЛОГОВЫЕ РИСКИ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ БАНКОВ

Аннотация. Объектом исследования являются налоговые последствия использования программ лояльности банков, или бонусных программ, в рамках которых банк в целях повышения привлекательности и продвижения своих продуктов предоставляет клиентам дополнительные имущественные блага (скидки, бонусные баллы, «cashback» и проч.) при заранее оговоренных условиях, например, при достижении установленного объема расходных операций по банковской карте или при сохранении определенного остатка денежных средств на банковском счете. Автор подробно рассматривает такие аспекты темы, как обложение налогом на доходы физических лиц имущественных благ, передаваемых от организатора программы ее потребителям, и особенности расчета налоговой базы по налогу на прибыль банка как организатора соответствующей программы лояльности. В процессе исследования проведен анализ релевантной судебной практики, а также письменных разъяснений уполномоченных государственных органов (Минфина России, ФНС России). Научная и практическая значимость исследования заключается в обобщении существующих позиций по вопросам обложения НДФЛ имущественных благ (в том числе денежных средств в форме «cashback»), получаемых физическими лицами – клиентами банка в рамках программ лояльности, а также порядка оценки и учета для целей налогообложения налогом на прибыль расходов банка, осуществленных в рамках программы лояльности.

Ключевые слова: банки, торгово-сервисные предприятия, программы лояльности, бонусы, акции, скидки, cashback, налогообложение, подоходный налог, налог на прибыль.

Abstract. The object of the study is the tax effects of bank loyalty programs (bonus programs) implemented by banks in order to improve the image and promote products through providing customers with additional proprietary benefits (discounts, bonus points, «cashback» and so on.) under pre-agreed terms and conditions, for example, at a fixed amount of debit transactions by credit card or by maintaining certain cash balance in the bank account. The author examines such topics as taxation on personal income property benefits transferred from the program owner to consumers and specific procedure for calculating the tax base for profits of bank as owners of loyalty programs. The researcher has analyzed the relevant arbitrage practice as well as written explanations of public authorities (Ministry of Finance of Russia and Federal Tax Service of Russia). The theoretical and practical significance of the study is caused by the fact that the author has summarized existing views on the income taxation of proprietary benefits (including «cashback») received by individuals - clients of the bank under the loyalty program as well as developed evaluation and accounting procedures for the purposes of imposing tax on bank profits under the loyalty program.

Keywords: profit tax, personal income tax, taxation, cashback, discounts, shares, bonuses, loyalty programs, retail business establishments, banks.

В сфере розничной торговли и оказания банковских услуг в последние годы все большей популярностью пользуются так называемые программы лояльности, в рамках которых банк для поощрения своих

клиентов предоставляет им дополнительные имущественные блага (скидки, бонусные баллы, «cashback» и проч.) при определенных условиях, например, при достижении установленного объема расходных операций по банковской карте

или при сохранении определенного остатка денежных средств на банковском счете. Целью внедрения таких программ является повышение привлекательности банковских продуктов.

Однако при использовании программ лояльности неизбежно возникают соответствующие налоговые риски для всех участников таких программ, в частности, проблема обложения налогом на доходы физических лиц имущественных благ, передаваемых от организатора программы ее потребителям, и исполнения банком соответствующих обязанностей налогового агента, а также вопросы уплаты налога на прибыль и налога на добавленную стоимость банком – организатором программы лояльности и торгово-сервисным предприятием, являющимся посредником в общей схеме работы такой программы.

Рассмотрим некоторые из вышеуказанных спорных моментов в налогообложении банков и их клиентов, связанные с использованием программ лояльности.

Программы лояльности банков и налог на доходы физических лиц

В п. 1 ст. 210 Налогового кодекса Российской Федерации (далее – НК РФ) [1] установлено, что при определении налоговой базы по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) учитываются все доходы налогоплательщика, полученные им как в денежной, так и в натуральной формах, или право на распоряжение которыми у него возникло, а также доходы в виде материальной выгоды, определяемой в соответствии со статьей 212 НК РФ.

В соответствии с пунктом 2 статьи 211 НК РФ к доходам, полученным налогоплательщиком в натуральной форме, в частности, относятся оплата за него организациями товаров (работ, услуг), имущественных прав, полученные налогоплательщиком товары, выполненные в интересах налогоплательщика работы, оказанные в интересах налогоплательщика услуги на безвозмездной основе или с частичной оплатой.

Вопрос о необходимости обложения клиентских поощрений (по сути, имущественных благ), получаемых в рамках программы лояльности банка, налогом на доходы физических лиц и исполнения банком соответствующих обязанностей налогового агента, предусмотренных законо-

дательством о налогах и сборах, до настоящего момента продолжает оставаться дискуссионным, и в правоприменительной практике отсутствует господствующее мнение по этому вопросу.

Позиция фискальных органов по этому вопросу впервые была сформулирована в письме ФНС России от 19.08.2011 №АС-4-3/13626 [2], в котором указано, что товары, полученные физическим лицом при выполнении условий бонусной программы, являются доходом в натуральной форме, а организация, являющаяся источником выплаты, обязана согласно п. 1 ст. 226 НК РФ исчислить, удержать и уплатить НДФЛ в бюджет с учетом комиссионных, уплаченных физическим лицом за участие в программе. Под бонусной программой в данном случае понимается предоставление бонусных баллов за совершение физическим лицом расходных операций со своих счетов посредством банковских карт, эмитированных банком, и обмен начисленных баллов на бонусные вознаграждения. При этом обращается внимание на обязанность банка не позднее одного месяца с даты окончания налогового периода, в котором возникли соответствующие обстоятельства, письменно сообщить налогоплательщику и налоговому органу по месту своего учета о невозможности удержать НДФЛ и сумме налога.

Вместе с тем Минфин России до недавнего времени придерживался прямо противоположной – благоприятной для налогоплательщика – позиции.

Так, в письме от 19.04.2012 №03-04-08/0-78 (которое было доведено до налоговых органов письмом ФНС России от 04.07.2012 №ЕД-4-3/9958@ и размещено на официальном сайте ФНС России как разъяснение, обязательное для применения налоговыми органами) [3] Минфин России указал следующее. Поскольку для получения физическим лицом вознаграждения в виде товаров (работ, услуг), имущественных прав либо возврата части средств от суммы произведенных операций необходимо обязательное выполнение такого условия, как оплата покупок с использованием платежной карты (то есть совершение физическим лицом расходных операций по оплате банковских услуг), подобное поощрение не является для клиента банка безвозмездно полученным. В связи с этим пре-

доставление физическим лицам товаров (работ, услуг), имущественных прав, стоимость которых полностью или частично оплачена бонусными баллами, либо возврат части средств от суммы произведенных операций с использованием банковских (платежных) карт Минфин России квалифицировал как скидку, предоставляемую физическим лицам со стоимости услуг банка, которая не приводит к возникновению объекта налогообложения налогом на доходы физических лиц. Следовательно, при получении товаров (работ, услуг), имущественных прав с учетом скидок, эквивалентных сумме бонусных баллов, дохода, подлежащего налогообложению, у физического лица не возникает.

Начисляемые за пользование услугами банка бонусные баллы, равные определенному денежному вознаграждению, которые могут быть зачтены в оплату полной или частичной стоимости товаров (работ, услуг), имущественных прав, предоставляемых иными организациями – участниками бонусной программы, можно рассматривать как авансовую оплату физическим лицом стоимости товаров (работ, услуг), имущественных прав. В указанных случаях дохода, подлежащего обложению налогом на доходы физических лиц, также не возникает.

Именно такие выводы содержатся в письме Минфина России от 19.04.2012 №03-04-08/0-78.

Судебная практика по вопросу налогообложения клиентских поощрений (имущественных благ), получаемых в рамках программ лояльности банков, к настоящему моменту немногочисленна, вместе с тем можно отметить несколько «громких» дел, в том числе рассмотренных Высшим Арбитражным Судом Российской Федерации.

Так, в постановлении от 09.04.2013 №13986/12 по делу №А56-47243/2011, вынесенному в отношении «золотых» карт ЗАО КБ «Ситибанк», Президиум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации указал, что сложившиеся между банком и держателями карт отношения носили возмездный характер, каждая из сторон преследовала свою выгоду: клиент – возможность получения определенных видов услуг, включая услуги бизнес-салона в аэропортах без дополнительной оплаты, при соблюдении установленных условий (внесения на счет соответствующей денежной суммы и

поддержания среднемесячного баланса не менее определенного размера), а банк – привлечение большего количества денежных средств. В силу возмездности отношений в целом отдельное предоставление, осуществляемое одной из сторон без получения оплаты в денежной форме от другой стороны, не может быть охарактеризовано как безвозмездное. То есть оказанные держателям карт услуги бизнес-салонов носили для них возмездный характер. Следовательно, эти услуги не могут быть охарактеризованы по экономической сути как доход в натуральной форме, подлежащий обложению налогом на доходы физических лиц, а у банка не возникает обязанности, предусмотренной п. 5 ст. 226 НК РФ, по направлению в налоговый орган по месту своего учета письменного сообщения о невозможности удержать налог.

По мнению Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенному в постановлении от 09.04.2013 №13986/12, к спорному доходу, полученному владельцами дебетовых карт в связи с размещением денежных средств на счете в банке, могут быть применены положения ст. 214.2 и п. 27 ст. 217 НК РФ, определяющие порядок исчисления налоговой базы в отношении доходов в виде процентов по вкладам в банках. Согласно указанным нормам НК РФ в отношении доходов в виде процентов, получаемых по вкладам в банках, налоговая база определяется как превышение суммы процентов, начисленной в соответствии с условиями договора, над суммой процентов, рассчитанной по рублевым вкладам исходя из ставки рефинансирования Банка России, увеличенной на 5% (в отношении доходов в виде процентов по рублевым вкладам в банках, находящихся на территории Российской Федерации, начисленных за период с 15 декабря 2014 года по 31 декабря 2015 года – исходя из ставки рефинансирования Банка России, увеличенной на 10%), а по вкладам в иностранной валюте – исходя из 9% годовых. Следуя данному подходу, можно было бы сделать вывод, что только в том случае, если бы совокупный доход по вкладам в виде начисленных процентов и в виде оплаченных услуг превысил предусмотренный НК РФ предел, соответствующее превышение подлежало бы обложению НДФЛ.

Таким образом, в постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 09.04.2013 №13986/12 по вопросу обложения НДФЛ имущественных благ, получаемых физическими лицами – клиентами банка в рамках программы лояльности банка была высказана позиция, корреспондирующая с позицией Минфина России, изложенной в письме от 19.04.2012 №03-04-08/0-78.

Однако, по мнению многих специалистов в области налогового права, письмо Минфина России от 19.04.2012 №03-04-08/0-78 могло «работать» только в тех случаях, когда по условиям программы лояльности банка клиент получает определенные товары (услуги) в качестве бонусного вознаграждения, но не применимо к ситуации возврата денежных средств на карту с функцией «cash back». И надо признать, что такое замечание вполне справедливо. При программе «cash back» происходит возврат части потраченных на покупки денежных средств, в связи с чем на счет клиента зачисляются денежные средства, которые увеличивают остаток по карте и которые клиент может снять с карты наличными и затем использовать по своему усмотрению. По своей экономической сути «cash back» представляет собой снижение стоимости покупаемых клиентом товаров при их оплате способом, предложенным торгово-сервисным предприятием и банком (по определенной карте), то есть, с одной стороны, «cash back» есть не доход клиента «в чистом виде», а снижение его расхода. Но, с другой стороны, «cash back» – это не бонусные баллы, а «живые» деньги, при использовании которых клиент не имеет каких бы то ни было ограничений, поскольку может потратить их не только на приобретение товаров (услуг), предлагаемых в рамках конкретной программы лояльности, но и на совершенно посторонние цели.

Соответственно, при определении налоговых последствий программ лояльности банков в части уплаты НДФЛ необходимо принимать во внимание правила и условия конкретной программы лояльности, учитывая, что в случае получения «живых» денег по программе «cash back» гораздо сложнее, нежели в случае получения бонусных баллов и/или товаров со скидкой, доказать факт отсутствия у клиента налогооблагаемого дохода.

Кроме того, важно учитывать, что в последнее время Минфин России изменил свое мнение по вопросу о налогообложении НДФЛ денежных средств, частично возвращенных на карточные счета участников программы лояльности банка по расходным операциям.

В письме Минфина России от 30.12.2014 №03-04-06/68714 [4] указано, что денежные средства, зачисленные на карточные счета физических лиц – участников программы лояльности Банка («cash back»), подлежат обложению НДФЛ. Как замечают представители финансового ведомства, несмотря на то, что поощрение в виде возврата денежных средств будет выплачиваться физическим лицам только при соблюдении ряда условий (оплата товаров и услуг картами банка), зачисленные физическому лицу денежные средства могут использоваться им по собственному усмотрению. В связи с этим, по мнению Минфина России, выплаты, получаемые физическими лицами, оплачивающими товары (работы, услуги) с использованием карт банка-эмитента, предложившего своим клиентам программу лояльности, образуют для них экономическую выгоду, квалифицируемую в соответствии со ст. 41 НК РФ как доход в денежной форме, и подлежат обложению НДФЛ.

Указанный вывод продублирован Минфином России в письме от 13.01.2015 №03-04-06/69407 [5]. В этом письме также отмечено, что согласно п. 1 ст. 210 НК РФ при определении налоговой базы по НДФЛ учитываются все доходы налогоплательщика, полученные им как в денежной, так и в натуральной формах. Соответственно, денежные средства, зачисленные на карточные счета физических лиц – участников программы лояльности банка, подлежат налогообложению в установленном порядке.

Итак, на сегодняшний день позиции Минфина России и ФНС России совпадают и являются достаточно определенными: доходы клиента в виде «cash back» подлежат обложению НДФЛ.

Исключение из данного правила возможно, например, если «cash back» оформляется как подарок от банка, но только при соблюдении установленных законом суммовых ограничений такого денежного вознаграждения. Согласно п. 28 ст. 217 НК РФ не подлежат налогообложению подарки, полученные от организаций, в случае

если их стоимость не превышает 4000 рублей. Если размер денежного «подарка», полученного от банка по программе «cash back», превысит указанную сумму, то клиент должен будет уплатить НДФЛ по ставке 13%.

Сходное правило будет работать, если банк оформит «cash back» в качестве приза. Однако в данном случае при получении «приза», по своей ценности превышающего установленный п. 28 ст. 217 НК РФ суммовой порог, клиент должен уплатить налог на ставке 35% (п. 2 ст. 224 НК РФ).

Программы лояльности банков и налог на прибыль

Использование программ лояльности предполагает заключение агентского договора между банком и торгово-сервисным предприятием, которое как посредник оказывает банку услуги по продвижению его банковских продуктов и получает определенные материальные выгоды за оказание таких услуг.

Использование данного договора влечет за собой некоторые вопросы, связанные с налогообложением прибыли банка и торгово-сервисного предприятия, являющегося посредником в программе лояльности, в частности, вопрос о порядке формирования банком налоговой базы по налогу на прибыль. При использовании схемы «cash back» для целей налогового учета из вышеописанного договора для банка вытекают два вида расходов: во-первых, сумма «cash back», выплачиваемая банком своему клиенту – физическому лицу, во-вторых, агентское вознаграждение, выплачиваемое торгово-сервисному предприятию. Вместе с тем в связи с неоднозначностью экономической и правовой природы отношений, возникающих между банком и клиентом при возврате последнему денежных средств в форме «cash back», на практике остается нерешенным вопрос об обоснованности включения сумм «cash back» в расходы для целей расчета налога на прибыль.

Согласно п. 1 ст. 252 НК РФ расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты (а в случаях, предусмотренных ст. 265 НК РФ, – убытки), осуществленные (понесенные) налогоплательщиком.

Под обоснованными расходами понимаются экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме.

Под документально подтвержденными расходами понимаются затраты, подтвержденные документами, оформленными в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В письме Минфина России от 02.04.2012 №03-04-06/6-84 [6] указано, что затраты организации, связанные как с реализацией программ лояльности, так и со стимулированием клиентской активности, следует рассматривать как произведенные для осуществления деятельности, направленной на получение дохода, и учитывать для целей налогообложения в том случае, если эта деятельность непосредственно направлена на привлечение в организацию большего числа клиентов, а также на сохранение имеющихся клиентов.

В то же время при оценке обоснованности произведенных организацией расходов необходимо учитывать следующее.

Исходя из положений НК РФ, расходы могут быть признаны обоснованными и экономически оправданными только при условии, что они произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода.

Такая же позиция изложена в постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 12.10.2006 №53 [7], согласно которому обоснованность расходов, учитываемых при расчете налоговой базы, должна оцениваться с учетом обстоятельств, свидетельствующих о намерениях налогоплательщика получить экономический эффект в результате реальной предпринимательской или иной экономической деятельности. При этом речь идет именно о намерениях и целях (направленности) этой деятельности, а не о ее результате.

Законодательство о налогах и сборах не использует понятие экономической целесообразности и не регулирует порядок и условия ведения финансово-хозяйственной деятельности, а потому обоснованность расходов, уменьшающих в целях налогообложения полученные доходы, не может оцениваться с точки зрения их целесообразности, рациональности, эффективности или полученного результата. В силу конститу-

ционного принципа свободы экономической деятельности налогоплательщик осуществляет ее самостоятельно на свой риск и вправе самостоятельно и единолично оценивать ее эффективность и целесообразность. Данный вывод подтвержден в Определении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.06.2007 №320-О-П [8].

Именно на основе таких принципов следует осуществлять оценку расходов, осуществленных в рамках программы лояльности банка.

Согласно п. 2 ст. 252 НК РФ все расходы в зависимости от их характера, а также условий осуществления и направлений деятельности налогоплательщика подразделяются на расходы, связанные с производством и реализацией, и внереализационные расходы.

В состав расходов, связанных с производством и реализацией, входят материальные расходы, расходы на оплату труда, суммы начисленной амортизации и прочие расходы, включая расходы на ремонт основных средств, направленные на развитие производства и сохранение его прибыльности (ст. ст. 253–255, 260–264 НК РФ).

Затраты на осуществление деятельности, непосредственно не связанной с производством и (или) реализацией, включаются в состав внереализационных расходов (п. 1 ст. 265 НК РФ).

В этой связи считаем, что банк вправе включить агентское вознаграждение, выплачиваемое торгово-сервисному предприятию за оказание посреднических услуг в рамках программы лояльности, в состав прочих расходов, связанных с производством и (или) реализацией, на основании подп. 3 п. 1 ст. 264 НК РФ.

Гораздо сложнее при существующем правовом регулировании обосновать правомерность включения в состав расходов, учитываемых при расчете налоговой базы по налогу на прибыль, затрат банка в виде возврата клиенту определенной суммы денежных средств или предоставления ему иных материальных поощрений (бонусов). Вариант решения данной проблемы зависит от ответа на вопрос о том, является ли такое поощрение для клиента банка безвозмездно полученным или же отношения между банком и клиентом, возникающие в рамках программы лояльности, носят в целом возмездный характер. Как было отмечено выше, в последнее время финансовое и налоговое ведомства вполне четко высказывают точку зрения о безвозмездности соответствующих поощрений для клиента банка. С учетом данного обстоятельства представляется, что банк согласно п. 16 ст. 270 НК РФ не вправе учитывать в расходах по налогу на прибыль суммы денежных средств, возвращаемых клиентам по схеме «cash back».

Библиография

1. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть первая от 31 июля 1998 г. №146-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1998. №31. Ст. 3824.
2. Письмо ФНС России от 19 августа 2011 г. №АС-4-3/13626 // «Официальные документы» (приложение к «Учет. Налоги. Право»). 2011, №33.
3. Письмо Минфина России от 19 апреля 2012 г. №03-04-08/0-78 // Документ опубликован не был. Приводится по данным СПС «КонсультантПлюс».
4. Письмо Минфина России от 30 декабря 2014 г. №03-04-06/68714 // Документ опубликован не был. Приводится по данным СПС «КонсультантПлюс».
5. Письмо Минфина России от 13 января 2015 г. №03-04-06/69407 // Нормативные акты для бухгалтера. 2015, №4.
6. Письмо Минфина России от 2 апреля 2012 г. №03-04-06/6-84 // «Официальные документы» (приложение к «Учет. Налоги. Право»). 2012, №15.
7. Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 4 июня 2007 г. №320-О-П «По запросу группы депутатов Государственной Думы о проверке конституционности абзацев второго и третьего пункта 1 статьи 252 Налогового кодекса Российской Федерации» // Вестник Конституционного Суда РФ. 2007, №6.

8. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 12 октября 2006 г. №53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды» // Вестник Высшего Арбитражного Суда РФ. 2006, №12

References (transliterated)

1. Nalogovyi kodeks Rossiiskoi Federatsii, chast' pervaya ot 31 iyulya 1998 g. №146-FZ // Sobranie zakonodatel'stva Rossiiskoi Federatsii. 1998. №31. St. 3824.
2. Pis'mo FNS Rossii ot 19 avgusta 2011 g. №AS-4-3/13626 // «Ofitsial'nye dokumenty» (prilozhenie k «Uchet. Nalogi. Pravo»). 2011, №33.
3. Pis'mo Minfina Rossii ot 19 aprelya 2012 g. №03-04-08/0-78 // Dokument opublikovan ne byl. Privoditsya po dannym SPS «Konsul'tantPlyus».
4. Pis'mo Minfina Rossii ot 30 dekabrya 2014 g. №03-04-06/68714 // Dokument opublikovan ne byl. Privoditsya po dannym SPS «Konsul'tantPlyus».
5. Pis'mo Minfina Rossii ot 13 yanvaryaya 2015 g. №03-04-06/69407 // Normativnye akty dlya bukhgaltera. 2015, №4.
6. Pis'mo Minfina Rossii ot 2 aprelya 2012 g. №03-04-06/6-84 // «Ofitsial'nye dokumenty» (prilozhenie k «Uchet. Nalogi. Pravo»). 2012, №15.
7. Opredelenie Konstitutsionnogo Suda Rossiiskoi Federatsii ot 4 iyunya 2007 g. №320-O-P «Po zaprosu gruppy deputatov Gosudarstvennoi Dumy o proverke konstitutsionnosti abzatsev vtorogo i tret'ego punkta 1 stat'i 252 Nalogovogo kodeksa Rossiiskoi Federatsii» // Vestnik Konstitutsionnogo Suda RF. 2007, №6.
8. Postanovlenie Plenuma Vysshego Arbitrazhnogo Suda Rossiiskoi Federatsii ot 12 oktyabrya 2006 g. №53 «Ob otsenke arbitrazhnymi sudami obosnovannosti polucheniya nalogoplatel'shchikom nalogovoi vygody» // Vestnik Vysshego Arbitrazhnogo Suda RF. 2006, №12