

«2К Аудит – Деловые консультации / Морисон Интернешнл»



Управляющий Партнер
Иван Андриевский

Мы высказываем только собственное мнение, которое Вы можете использовать как исходный материал для принятия управленческих решений. Мы будем рады, если окажем Вам помощь.

Мы высказываемся только по актуальным материалам, которые интересуют большинство профессионалов в данной области.

Вы и Ваши коллеги можете получать бюллетень бесплатно. Для этого отправьте заявку на нашу электронную почту: AndrievskayaEY@2kaudit.ru

Контакты:

+7 (495) 626-3040

+7 (495) 721-1457

+7 (495) 777-0895

+7 (495) 777-0894

Заказ услуг по электронной почте:
E-mail: FilipychevVV@2kaudit.ru

www.2kaudit.com
www.morisoninternational.com

«2К Аудит - Деловые консультации/Морисон Интернешнл» помогает российским и иностранным компаниям, работающим на российском рынке, решать задачи экономического роста, защиты своих интересов в суде, управления текущей деятельностью, создания системы владения активами, позиционирования на рынке, возврата дебиторской задолженности, установления коммуникаций с новыми партнерами и рынками, построения публичной позиции на рынке, повышения эффективности работы с клиентами, организации сделок M&A, привлечения капиталов.

«2К Аудит - Деловые консультации/Морисон Интернешнл» входит в Morison International – международную ассоциацию независимых аудиторов и консультантов, занимающую 4-е место в Европе и 10-е место в мире по объему совокупной выручки. Штаб-квартира Morison International расположена в Лондоне.

Бюллетень №41

ВЫЕЗДНАЯ НАЛОГОВАЯ ПРОВЕРКА: критерии отбора налогоплательщиков

Выездные налоговые проверки всегда вызывают повышенный интерес как у представителей бизнес структур, так и внутри налоговой службы, являясь ответственным и одним из самых значимых событий жизни налогоплательщика. Это понятно, ведь для бизнеса выездные проверки это основной источник риска крупных доначислений, из-за которых порой даже закрывается бизнес. Помимо этого выездная проверка, как правило, связана с продолжительным присутствием проверяющих на территории (в помещениях) налогоплательщика, необходимостью обеспечивать им доступ ко всей нужной документации и возможностью проведения самых разных мероприятий налогового контроля. Выездная проверка всегда планируется заранее. Фискальные органы отбирают те компании, в которых можно найти что-то «нехорошее» и в результате доначислить приличные суммы.

1. КРИТЕРИИ ОТБОРА НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ ДЛЯ ВЫЕЗДНЫХ ПРОВЕРОК. ЧТО СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ИЗБЕЖАТЬ ПРОВЕРКИ?

Задача налоговых органов при планировании налоговой проверки выявить тех кандидатов на проверки, у которых шансов найти серьезные нарушения как можно больше. Помогают в этом инспекторам 12 критериев для отбора на проверки – это отражено в приказе ФНС России от 30 мая 2007 г. № ММ-3-06/333. Останавливаться в отдельности на каждом из 12 критериев мы не будем, так как они общеизвестны. Разберем некоторые из них.

Первый критерий – низкая налоговая нагрузка по сравнению с другими компаниями отрасли. Инспекторы смотрят, какую долю налоговые отчисления занимают в выручке компании. Но даже по одной отрасли показатели могут сильно различаться. Одно дело – строительная компания в Москве, а другое – небольшая организа-

ция из поселка где-нибудь на севере России.

Второй показатель – убыточность на протяжении нескольких налоговых периодов. Инспекторы выявляют компании, которые уже не один год убыточны, и задаются вопросом, зачем они были созданы и продолжают функционировать. Либо организация не смогла эффективно воплотить бизнес-модель, либо же специально искусственно завышает расходы и занижает доходы для уклонения от уплаты налогов.

Третий критерий – значительные суммы налоговых вычетов за определенный период. Налоговики продолжают предъявлять пристальное внимание к возмещению НДС. Несколько лет назад повсеместно были развиты мошеннические схемы незаконного возмещения налога из бюджета: налогоплательщики больше получали налога, чем уплачивали. Инспекторы хорошо помнят это время и по-прежнему следят за долей вычетов.

Следующий рискованный параметр – превышение роста расходов над доходами. Инспекторы всегда ищут в компаниях именно это: неправомерное завышение расходов.

Выплата зарплаты ниже среднеотраслевой – этот критерий применяется не только для планирования налоговых проверок, но и для административного давления на налогоплательщиков на комиссиях. Эти комиссии не вписываются в Налоговый кодекс, однако на практике они очень эффективны.

Шестой критерий касается компаний на спецрежимах. Если компания неоднократно приближается к порогу показателей, которые дают право на применение «упрощенки», это является основанием для назначения проверки.

Седьмой критерий – непредставление документов по требованию инспекции. Налоговики исходят из убеждения, что, если налогоплательщику нечего скрывать, он на все запросы ответит. Налогоплательщик может отказывать в предоставлении информации или документов на совершенно законных основаниях, однако налоговая инспекция не всегда считается с такими критериями.

Отметим, что по-прежнему активно используется группа критериев, которая базируется на сравнении результатов экономической деятельности со среднестатистическими показателями. Для налоговой инспекции будет значительным отклонение более чем на 10%.

Кроме того, налоговые инспекции компилируют информацию из таможни, ГИБДД, смотрят на то, платит ли компания за электроэнергию. Предпроверочный анализ проводится очень тщательно. И налоговики уже заранее знают, какую сумму они могут предъявить компании. Например, по Москве доначисления по выездной проверке не могут обойтись налогоплательщику дешевле 1,5–2 млн руб., а если брать среднюю сумму, то она превышает 7 млн руб. Заметим, что около 80% всех проверок связано с проблемными контрагентами-однодневками.

Другая группа факторов для попадания в план проверок касается ситуаций, когда компания затрудняет проведение налогового контроля. Например, если налогоплательщик не получает письма из инспекций, уклоняется от дачи объяснений, часто меняет свое местонахождение. Поэтому если фактический адрес не совпадает с указанным в ЕГРЮЛ, надо стараться получать письма, направленные на юридический адрес. Получать сообщения из инспекции важно и для того, чтобы по требованию налоговиков посещать налоговые комиссии. Нужно быть готовыми на такое мероприятие прийти и объяснить с точки зрения экономической целесообразности, почему, например, у компании произошли отклонения от отраслевого уровня рентабельности.

Очень внимательно надо следить за внешними источниками, из которых налоговики собирают данные. Они могут быть получены не только у других госорганов, но и из интернета. Поэтому очень рискованно писать, к примеру, на www.headhunter.ru, что по предлагаемой вакансии заработная плата составит 100 000 руб., а официально у Вас проходит гораздо меньшая сумма.

Также на практике главное внимание уделяется тем компаниям, которые выделяются из общей массы.

Поэтому первый показатель - публичные акции компании. Когда фирма всеми способами (массовая реклама на телевидении, радио, в интернете) сообщает о минимальных ценах, налоговики могут предположить, что эффективность была достигнута за счет минимизации налогообложения. Помимо этого некоторые компании предоставляют информацию о своих объемах инвестиций и благотворительности. Эти цифры также вызывают живой интерес у проверяющих.

Кроме того, при различных акциях (сезонные скидки, распродажи, подарки каждому посетителю) рекламные предложения иногда составляют неоднозначно, спорно с налоговой точки зрения. И по окончании акции можно ожидать посещения налоговиков.

Второй показатель - объем уплачиваемых налогов. Если объем перечисленных налогов выше начисленных, значит, бухгалтер создает «налоговую подушку». То есть он не уверен в правильности своих действий. Если объем перечисленных налогов выше среднего по отрасли, значит, доначисления могут быть большими и компания не будет их оспаривать. Однако перечисления ниже среднего говорят о применении методов оптимизации налогообложения.

Третий показатель - жалобы на компанию. Если в налоговой инспекции есть несколько жалоб (даже анонимных) на компанию с указанием фактов налоговых нарушений, то в план проверок такая компания попадет в первую очередь. Кстати, может подействовать даже одна, но грамотно составленная и разосланная жалоба.

Четвертый показатель - объем запросов по встречным проверкам и указания вышестоящего начальства. Так, если по одной компании получено несколько встречных требований, налоговики могут инициировать свою проверку.

Пятый показатель - отрасль деятельности. К компаниям, работающим в отраслях, где по наблюдениям налоговиков применяются схемы незаконного ухода от налогообложения (оптовая торговля, экспорт-импорт, посреднические организации), у проверяющих повышенный интерес.

2. КОМПАНИЯ УЗНАЛА, ЧТО СКОРО ПРИДУТ ПРОВЕРЯЮЩИЕ. КАК СЕБЯ ВЕСТИ?

Итак, Ваша компания была отобрана для выездной проверки. Что последует далее?

Согласно п.1 ст. 89 НК РФ решение налоговой о том, что в отношении налогоплательщика будет проводиться налоговая проверка, должно быть оформлено официальным решением о проведении выездной налоговой проверки, форма которого утверждена Приказом ФНС России от 25.12.2006 № САЭ-3-06/892@.

Налоговый кодекс РФ не содержит норм, предписывающих налоговым органам заблаговременно информировать налогоплательщика о назначении и проведении у него предстоящей выездной налоговой проверки (Письмо ФНС России от 18.11.2010 № АС-37-2/15853). И даже если у налогоплательщика имеются веские причины для того, чтобы на какое-то время отложить время проведения выездной проверки, налоговое законодательство такой возможности не предусматривает.

В решении о проведении выездной налоговой проверки определяется (абз. 4 п. 2 ст. 89 НК РФ):

- в отношении кого будет проводиться проверка (указываются полное и сокращенное наименования (фамилия, имя, отчество налогоплательщика);
- предмет проверки (налоги и сборы, правильность исчисления и уплаты которых подлежит проверке);
- проверяемый период;
- состав проверяющих (указываются должности, фамилии и инициалы сотрудников налогового органа, которым поручается проведение проверки).

Решение выносит и подписывает руководитель (заместитель руководителя) налогового органа, который проводит выездную проверку. Оно заверяется печатью налогового органа.

Поэтому, если решение подписано неуполномоченным лицом (необходимо обратить на это пристальное внимание), в суде это будет достаточным основанием для отмены как самого решения о проведении проверки, так и

итогового решения по выездной проверке, если она все же будет проведена. На это косвенно указывает судебная практика (Определение ВАС РФ от 25.08.2009 № ВАС-10889/09).

В соответствии с разъяснениями, представленными ФНС России в Письме от 22 октября 2007 г. № ШТ-6-03/809@ "О направлении Письма Минфина России от 19 июня 2007 г. № 03-07-08/160", срок проведения выездной налоговой проверки исчисляется со дня вынесения решения о назначении проверки и до дня составления справки о проведенной проверке (смотрите, например, Постановление ФАС Поволжского округа от 21 января 2009 г. по делу № А12-7693/2008).

В соответствии с п. 2 ст. 89 НК РФ решение о проведении выездной налоговой проверки выносит налоговый орган по месту нахождения организации или по месту жительства физического лица (смотрите, например, Постановление ФАС Северо-Западного округа от 14 мая 2008 г. по делу № А56-31372/2007; Постановление ФАС Северо-Западного округа от 8 мая 2008 г. по делу № А56-19608/2007).

Решение о проведении выездной проверки - это документ, на основании которого проверяющие получают доступ на территорию (в помещения) налогоплательщика (п. 1 ст. 91 НК РФ), неограниченный доступ к налоговой и бухгалтерской документации (п. 12 ст. 89 НК РФ).

Видимо, именно поэтому в п. 2 ст. 89 НК РФ специально определены сведения, которые должны содержаться в решении, а форма решения согласно абз. 9 п. 2 ст. 89 НК РФ утверждена ФНС России и является обязательной для применения налоговыми органами (п. 3 Приказа ФНС России от 25.12.2006 № САЭ-3-06/892@).

В связи с этим практически любое нарушение требований п. 2 ст. 89 НК РФ или отступление от формы решения может стать для вас основанием для того, чтобы не пустить налоговиков на свою территорию (пп. 10, 11 п. 1 ст. 21 НК РФ).

Так, налоговиков можно не пускать, если:

- в решении неверно указано ваше полное или сокращенное наименование (для орга-

низаций) либо Ф.И.О. (для физических лиц);

- в решении отсутствует указание на должности, фамилии и инициалы членов проверяющей бригады либо эти сведения не совпадают со сведениями, указанными в служебных удостоверениях инспекторов;
- указанные в решении проверяемый период и предмет проверки говорят о том, что планируется проведение незаконной повторной или третьей по счету в текущем году выездной проверки;
- на решении нет подписи руководителя налогового органа (его заместителя) или оттиска печати.

В подобных случаях вы вправе также обжаловать решение в вышестоящий налоговый орган или суд (ст. ст. 137, 138 НК РФ).

Отменить решение о проведении выездной проверки по мотивам только формальных нарушений требований законодательства вряд ли удастся.

Полагаем, что единственное формальное нарушение, которое может повлечь за собой отмену решения о проведении выездной проверки, это подписание решения неуполномоченным лицом. Об этом косвенно свидетельствует позиция ВАС РФ, которая нашла отражение в Определении от 25.08.2009 № ВАС-10889/09.

В то же время нарушения могут иметь и существенный характер. Так, налоговый орган при составлении решения может нарушить правила ст. 89 НК РФ, которые призваны защищать налогоплательщика от избыточного налогового контроля, например:

- выйти за пределы ограничений по проверяемому периоду (п. 5 ст. 89 НК РФ);
- не учесть ограничения по количеству проверок в течение календарного года (п. 5 ст. 89 НК РФ);
- вынести решение в отношении налогоплательщика, которого он не вправе проверять (п. 2 ст. 89 НК РФ).

**Услуги Департамента оценки и стоимостного консультирования
«2К Аудит - Деловые Консультации/Морисон Интернешнл»**

- Оценка бизнеса
- Оценка недвижимости
- Оценка машин и оборудования
- Оценка транспортных средств
- Оценка нематериальных активов
- Оценка ущерба
- Оценка бренда
- Переоценка основных средств
- Оценка себестоимости продукции
- Бизнес-планирование и оценка
- Оценка в целях МСФО
- Организация взаимодействия с банками
- Управление стоимостью бренда
- Исследования рынков
- Подготовка ТЭО и Бизнес планов
- Подготовка планов устойчивого развития

Контакты:**«2К Аудит - Деловые Консультации/Морисон Интернешнл»**

Департамент оценки, экспертизы и стоимостного консультирования

**Виталий Филипычев,
Руководитель первого корпоративного блока****+7 (495) 626-3040 доб.7025
FilipychevVV@2kaudit.ru**