

■ Падаткі

КАРЭЙКА АДПАЧЫВАЕ...



Жыхар Міншчыны заплаціў па дэкларацыі за мінулы год амаль 28 млрд рублёў падаходнага падатку

Якія даходы фізічнай асобы з’яўляюцца аб’ектам абкладання падаходным падаткам? У якіх выпадках ужываецца вызваленне ад яго? Ці мае і калі фізічная асоба права на падатковыя вылікі? Пра асноўныя навіны ў парадку вылічэння падаходнага падатку на сайце БЕЛТА расказала намеснік начальніка галоўнага ўпраўлення падаткаабкладання фізічных асоб Міністэрства па падатках і зборах Беларусі Святлана ШАЎЧЭНКА.

СТУДЭНТЫ — УТРЫМАНЦЫ?

Галоўнай навіной стала тое, што сёлета з першых дзён года стаўку падаходнага падатку з фізічных асоб павялічылі з 12% да 13%. Гэтая мера накіравана на стварэнне ў бюджэце дадатковай крыніцы сродкаў дзяржаўнай падтрымкі сем’яў, якія выхоўваюць дзяцей (лічыць спецыяліст). Акрамя таго, праіндэксаваны памеры стандартных і сацыяльных падатковых вылікаў для насельніцтва, а таксама павялічаны ўзровень некаторых льготуемых даходаў. Напрыклад парадак прадастаўлення стандартных падатковых вылікаў на дзяцей рэгулюецца падпунктам 1.2 пункта 1 артыкула 164 Падатковага кодэкса (ПК). Такі вылік прадастаўляецца ў памеры 210 тысяч рублёў у месяц на дзіця да васьмнаццаці гадоў або на кожнага ўтрыманца. Атрымліваецца, што на падобны вылік маюць права і бацькі студэнтаў (старэйшых за 18 гадоў), якія атрымліваюць першую вышэйшую адукацыю пры дзённай форме навучэння. Такія студэнты для мэт вылічэння падаходнага падатку прызнаюцца ўтрыманцамі.

Сёлета фізічныя асобы (чаргавікі) маюць права на маёмасны падатковы вылік у выпадку набыцця аднакватэрнага жыллога дома або кватэры ў адпаведнасці з дагаворам фінансавай арэнды (лізінгу), абавязковай умовай якога з’яўляецца выкуп прадмета лізінгу.

ЧАРГАВІКАМ ЛІЗІНГ БЕЗ ПАДАТКАЎ

Змены закранулі і парадак прадастаўлення фізічным асобам маёмаснага падатковага выліку, як паведамляе спадарыня ШАЎЧЭНКА. Так, Указам № 99 «Аб пытаннях рэгулявання лізінгавай дзейнасці» ад 25 лютага 2014 года прадугледжваецца магчымасць прадастаўлення ў лізінг маёмасці, у тым ліку жылых памяшканняў, фізічным асобам не дзеля прадпрымальніцкіх мэт. У сувязі з гэтым з 1 студзеня сёлета фізічныя асобы, якія стаяць на ўліку па паляпшэнні жыллёвых умоў, маюць права на маёмасны падатковы вылік у выпадку набыцця аднакватэрнага жыллога дома або кватэры ў адпаведнасці з дагаворам фінансавай арэнды (лізінгу), абавязковай умовай якога з’яўляецца выкуп прадмета лізінгу. Падатковы вылік устаноўлены ў памеры кошту прадмета лізінгу, што паказваецца ў дагаворы лізінгу. Для рэалізацыі права на маёмасны падатковы вылік плацельшчыкі і члены яго сям’і дадаткова павінны прадставіць падатковаму агенту або падатковаму органу копію дагавора лізінгу, які

няў. Потым падаходны падатак з фізічных асоб аплачваецца на падставе паведамлення падатковага органа. Не аплачваецца падаходны падатак у тых выпадках, калі ўказаныя ў дэкларацыі пазыкі, крэдыты, атрыманыя ад іншых фізічных асоб, ужо цалкам вернутыя і гэта пацверджана дакументальна. Не абкладаюцца падаткам таксама пазыкі, атрыманыя ад блізкіх сваякоў або асоб, якія знаходзяцца ў адносінах сваяцтва.

З 1 студзеня 2015 года ад падаходнага падатку з фізічных асоб вызваляюцца кампенсацыі па вяртанні работнікам расходаў, якія звязаны з выкананнем працоўных абавязкаў (уключаючы выплаты, што робяцца ў сувязі з пераездам на работу ў іншую мясцовасць, кампенсацыяй расходаў пры службовых камандзіроўках).

Новаўвядзенне слухнае і ўжо працуе. Толькі сёлета ў першым квартале падатковымі organami ўстаноўлена 366 фізічных асоб, якія паказвалі ў дэкларацыі аб даходах і маёмасці звесткі аб атрыманні імі пазыковых (кредытных) сродкаў ад іншых фізічных асоб. У адпаведнасці з заканадаўствам, такімі грамадзянамі на 1 красавіка аплачаны падаходны падатак у агульным памеры каля 4 млрд рублёў.

БЕСПРАБЛЕМНАЯ КАМПЕНСАЦЫЯ

Святлана ШАЎЧЭНКА адзначыла, што летась у Працоўны кодэкс быў унесены шэраг змяненняў і дапаўненняў, якія тычацца парадку прадастаўлення работнікам кампенсацыі за выкананне імі працоўных абавязкаў. Да такіх кампенсацый у асобных выпадках аднесены аплата працы ў павышаным памеры, прадастаўленне дадатковых дзён адпачынку і г.д. У прыватнасці з 1 студзеня 2015 года ад падаходнага падатку з фізічных асоб вызваляюцца кампенсацыі па вяртанні работнікам расходаў, якія звязаны з выкананнем працоўных абавязкаў (уключаючы выплаты, што робяцца ў сувязі з пераездам на работу ў іншую мясцовасць, кампенсацыяй расходаў пры службовых камандзіроўках). У дачыненні да кампенсацыі работнікам камандзіраваных выдаткаў з улікам норм указа № 361 ад 21 ліпеня 2014 года ў Падатковым кодэксе сёлета ўстаноўлена вызваленне ад падаходнага падатку з фізічных асоб фактычна зробленых і дакументальна пацверджаных расходаў па праездзе да месца службовай камандзіроўкі і назад, а таксама па найме жыллага памяшкання. Пры непрадстаўленні плацельшчыкам дакументаў, якія пацвярджаюць аплату такіх выдаткаў, сумы гэтых расходаў вызваляюцца ад падаходнага падатку ў межах памераў, вызначаных заканадаўствам. Сутачныя, як і раней, не абкладаюцца падаходным падаткам у суме па-

крыцця названых расходаў, што не перавышаюць устаноўленыя нормы.

НА ДЗІЦЯЧАЙ ПРАЦЫ ДЗЯРЖАВА НЕ ЗАРОБІЦЬ

Сёлета ў спіс даходаў, якія цалкам вызваляюцца ад падаткаабкладання, трапілі грошы малых. Цяпер такі спіс дапоўнены даходамі, што атрымліваюцца дзецьмі ва ўзросце ад 14 да 18 гадоў за выкананую працу ў лагерах працы і адпачынку.

Цікавіла людзей пытанне і пра тое, ці шмат у нашай краіне такіх работнікаў, якія жывуць не зусім па сродках. Святлана ШАЎЧЭНКА паведаміла, што толькі ў першым квартале сёлета былі выяўлены парушэнні заканадаўства ў дэклараванні даходаў і маёмасці ў 1521 фізічнай асобы, што амаль у 1,8 раза больш, чым за той жа перыяд летась. Паводле вынікаў кантрольных мерапрыемстваў дадаткова паступіла ў бюджэт 10,7 млрд рублёў, або ў 2,7 раза больш у параўнанні з аналагічным перыядам мінулага года.

Важна падкрэсліць, што дэкларацыю аб даходах і маёмасці запаўняюць толькі тыя грамадзяне, якім накіравана адпаведнае пісьмовае патрабаванне падатковага органа пры ажыццяўленні кантролю ў сферы дэкларавання даходаў і маёмасці. Такія патрабаванні накіроўваюцца тым, хто, паводле інфармацыі падатковых органаў, жыве не па сродках: не атрымлівае даходаў з афіцыйных крыніц альбо атрымлівае іх у нязначных памерах, але пры гэтым купляе дарагую нерухомасць, транспартныя сродкі, а таксама здзяйсняе іншыя фінансавыя аперацыі.

БЫВАЮЦЬ У ЛЮДЗЕЙ І ТАКІЯ ДАХОДЫ

У сакавіку скончыўся тэрмін падачы падатковых дэкларацый па выніках года. Нас заўсёды цікавіла, колькі дэкларацый пададзена, якая самая вялікая сума падаходнага падатку налічана і каму. Дык вось, сёлета больш за 23,5 тысячы грамадзян прадставілі падатковыя дэкларацыі (разлікі) па падаходным падатку з фізічных асоб за 2014 год. У выніку такім асобам дадаткова прад’яўлены да аплаты падатак у агульным памеры на суму 199,6 млрд рублёў, які неабходна пагасіць не пазней чым 15 мая. А вось найбольшая сума падаходнага падатку ў памеры 27,9 млрд рублёў прад’яўлена жыхару Мінскай вобласці, які атрымаў летась сур’ёзныя даходы з крыніц за межамі Беларусі.

Сяргей КУРКАЧ

■ Бізнес-крок

ГАЛОЎНАЕ, КАБ КУПІЛІ

Практычныя рэкамендацыі для кіраўнікоў па арганізацыі рэкламнай кампаніі ў сярэднім і малым бізнесе

Успрымаючы важнасць рэкламы як аксіёму, уласнікі і кіраўнікі бізнесу па-рознаму падыходзяць да прасоўвання сваіх тавараў і паслуг на рынку. Некаторыя звяртаюцца ў прафесійныя агенцтвы, хтосьці стараецца вырашыць усе пытанні самастойна. Адны выкарыстоўваюць максімальную колькасць рэкламных каналаў, іншыя абмяжоўваюцца расклейкай аб’яў на пад’ездах. А як заявіць пра сябе правільна?

ПРАЦУЕ — І ДОБРА

Часта малому бізнесу вярта прыглядацца да дзеянняў буйных кампаній, лідараў рынку, але ў рэкламе гэтае сцверджанне не заўсёды справядлівае. У першую чаргу трэба ўлічваць адрозненне ў памерах рэкламнага бюджэту. Акрамя таго, мэты рэкламы буйных і дробных кампаній могуць моцна адрознівацца. Задача ж малага бізнесу толькі адна — прыцягнуць кліентаў. Менавіта на такую рэкламу і вярта звяртаць увагу. Адназначна адказаць на пытанне, якая рэклама і які канал яе прасоўвання лепш за ўсё спрацуе менавіта для вашага бізнесу, мабыць, не зможа ніхто. Адказ можна атрымаць, толькі спрабуючы, тэстуючы розныя варыянты. Прычым, не абавязкова вышукваць тое, што спрацуе лепш за ўсё, дастаткова выкарыстаць тое, што працуе добра. Памылковым дзеяннем з’яўляецца адмова ад рэкламы, якая працуе, у пошуках больш дзейснай.

СКЛАДАЕМ АБ’ЯВУ

Існуе некалькі агульных правілаў, прытрымліванне якіх дазваляе дамагчыся больш высокага выніку. Першае — гэта загаловак. Улічваючы колькасць рэкламы, якую чалавек у сярэднім бачыць і чуе за дзень, задача загалоўка — зацікавіць, выклікаць жаданне дачытаць тэкст. Добра працуюць наступныя элементы загалоўка і іх спалучэнні: пытанне (чаму? навошта? як?), словы «лёгка», «проста», «хутка», выкарыстанне ў якасці загалоўка гісторыі («мне раней здавалася ... але калі я зрабіў (паспрабаваў, скарыстаўся»), прамы зварот да праблемы кліента (не надакучыла...? стаміліся...? не атрымліваецца...?).

Лепш за ўсё прыдумаць некалькі загалоўкаў і пратэсціраваць іх. Часта больш выйгрышным атрымліваецца зусім не той загаловак, які больш за ўсё спадабаўся вам. Для тэсціравання можна выкарыстоўваць, напрыклад, сэрвіс Яндэкс.Дырэкт.

Другое — у аб’яве недастаткова толькі пазначыць інфармацыю пра паслугу або прадукт. Гэта павінна быць сапраўды цікавая прапанова для мэтавай аўдыторыі. Напрыклад, большая колькасць тавару за меншую цану, зніжкі, падарункі.

Трэцяе правіла — прапанова абавязкова павінна мець абмежаванне. Можна выкарыстоўваць абмежаванні па часе, колькасці тавару або іх спалучэнне. Прапанова можа дзейнічаць некалькі дзён, у пэўныя гадзіны дня, для першых 20 кліентаў, пакуль не скончыцца партыя тавару.

Чацвёртае — заклік да кліента, які тлумачыць, што ён павінен зрабіць, прачытаўшы аб’яву. Калі вы хочаце, каб кліент патэлефанаваў, аформіў заказ, зарэгістраваўся на сайце, абавязкова скажыце пра гэта ў тэксце.

Не вярта забывацца на некаторыя элементы, якія ўзмацняюць рэкламу: якаснае фота прадукту, указанне нумара тэлефона буйным шрыфтам, выява тэлефона каля нумара, выкарыстанне бонусу, выкрэсліванне старых цэн, апісанне выгады або эканоміі кліента.

І яшчэ: трэба выкарыстоўваць не тую рэкламу, якая падабаецца знешне, а тую, якая заахвоціла да пакупкі.

ВАРЫЯНТЫ ДАСТАЎКІ

Спачатку вярта выпісаць усе даступныя платныя і бясплатныя спосабы размяшчэння рэкламы: сайты, друкаваныя СМІ, партнёры, раздача флаераў, шчыты і расцяжкі, рэклама ў грамадскім транспарце, на тэлебачанні і гэтак далей. Пасля адбіраем тыя, якія можам выкарыстоўваць у дадзены момант (пажадана выбраць не менш за дзесяць варыянтаў).

Нельга выдаткоўваць усе сродкі рэкламнага бюджэту на правядзенне кампаніі толькі па адным канале, нават калі ён здаецца найлепшым. Для вызначэння эфектыўнасці рэкламы спатрэбіцца ўкараненне вымяральных паказчыкаў. Часцей за ўсё выкарыстоўваецца апытанне кліентаў пра тое, як яны даведзіліся аб вашым бізнесе. Аднак гэта працуе дрэнна. Людзі часта не памятаюць або кажуць тое, што ад іх хочучь пачуць. Больш дзейсныя спосабы — пазначыць розныя тэлефонныя нумары для розных каналаў альбо выкарыстоўваць кодавыя словы для атрымання зніжкі. Каб ацаніць вынікі рэкламы, трэба ведаць: выдаткі, колькасць тых, хто звярнуўся, колькасць пакупнікоў наогул і колькі іх было за перыяд, прыбытак.

Памятайце, бюджэт на прыбытковыя каналы і аб’явы можа быць павялічаны не больш чым у два разы. Гэта тлумачыцца наступным: метада, які працаваў учора, можа заўтра стаць не такім паспяховым ці нават стратным, што пацягне за сабой марнаванне рэкламнага бюджэту. Таму важна выкарыстанне і тэсціраванне многіх каналаў.

Яўген СТАЦЭНКА, бізнес-кансультант.

Калі ў вас ёсць нейкія канкрэтныя пытанні, звязаныя са сваёй справай, дасылайце іх, калі ласка, на электронны адрас газеты (info@zvyazda.minsk.by з пазнакай «Для аддзела эканомікі») ці задавайце па тэлефоне: 8 017 292 38 02.