

# Налогообложение мероприятий и выигрышей в цифровой среде 2/20/22



Менеджер проектов отдела налогового консультирования, PwC Латвия  
Viktorija Volta



директор отдела налогового консультирования, менеджер пан-балтийской практики по вопросам персонала и организационных преобразований, PwC Латвия  
Irēna Arbidāne

В данной статье – о налогообложении выигрышей в розыгрышах, организованных в социальных сетях, и о платежах создателям цифрового контента.

## Подарки пользователям социальных сетей

В последнее время завоевали популярность конкурсы, публикуемые в профилях предприятий в социальных сетях, которые в большинстве случаев позволяют людям, выполнив определенные действия, к примеру, нажав кнопку «Нравится», поделившись публикацией или отметив друзей в комментариях, участвовать в розыгрыше предлагаемого предприятием товара или услуги. В зависимости от формата организации розыгрыша, т.е. это лотерея или конкурс согласно требованиям, установленным нормативными актами, или вручение подарка участнику розыгрыша в порядке случайного выбора, меняется порядок применения нормативных актов в сфере налогообложения.

Если розыгрыш организован в виде лотереи, ее организатор обязан зарегистрировать мероприятие в порядке, предусмотренном законом «О лотереях товаров и услуг», получить разрешение на проведение лотереи в Инспекции по надзору за лотереями и азартными играми, предоставить ей всю необходимую информацию и уплатить пошлину. Если розыгрыш соответствует определению лотереи, согласно пункту 26 части первой статьи 9 закона «О подоходном налоге с населения (ПНН)» выигрыш не облагается налогом как выигрыш в лотерею товаров и услуг.

Однако, консультируя по данному вопросу, Инспекция по надзору за лотереями и азартными играми высказала мнение, что такие розыгрыши, публикуемые в социальных сетях, не подлежат регистрации согласно закону «О лотереях товаров и услуг», поскольку не совершается покупка товара и не заключается договор о предоставлении услуги. Таким образом, если розыгрыш не регистрируется, то разыгрываемый приз может считаться конкурсной наградой или подарком.

Как пояснила СГД, чтобы розыгрыш соответствовал понятию конкурса, для него должны быть разработаны условия, или положение, определяющие цель конкурса, организатора конкурса и комиссию, которая будет оценивать результаты конкурса, а также критерии оценки. Предполагается, что большинство розыгрышей, публикуемых в социальных сетях, организуются без учета вышеописанного формата. Однако если выигрыш в розыгрыше соответствует определению конкурсной награды, то к призу стоимостью до 143 евро (в общей сложности в течение года таксации) ПНН не применяется, а превышение облагается ПНН. С точки зрения закона «О подоходном налоге с предприятий (ПНП)» расходами, связанными с хозяйственной деятельностью, не образуя облагаемую ПНП базу, будет считаться лишь малоценный (до 20 евро) предмет при условии, что результаты конкурса, организованного с целью рекламировать

предприятие, освещаются в средствах массовой информации.

Таким образом, оценив нормы законов о ПНП и ПНН во взаимосвязи, можно заключить, что к выигранному физическим лицом конкурсному призу предприятие обязано применить ПНП за облагаемую базу 123 евро (143 евро – 20 евро) и ПНН – к превышению свыше 143 евро. СГД не давала публичных разъяснений относительно порядка налогообложения призов, стоимость которых превышает стоимость малоценного предмета, поэтому рекомендуем получить письменное мнение СГД.

Если розыгрыш все же не соответствует требованиям ни к лотерее, ни к конкурсу, то выигранный в розыгрыше приз или услуга квалифицируется как подарок юридического лица физическому лицу. В данном случае полная стоимость подарка облагается ПНН, который должен удержать и внести в бюджет плательщик дохода. Обязательства по ПНП у предприятия не возникнут, если уплачен ПНН как за персонифицируемое материальное благо.

### Вознаграждение авторам цифрового контента (инфлюенсерам)

Еще один популярный способ привлечения аудитории – рекламирование товаров или услуг при помощи создателей цифрового контента, или инфлюенсеров. Такое сотрудничество чаще всего включает в себя элемент вознаграждения, создающий налоговые обязательства.

Между предприятием и создателем цифрового контента должен быть заключен договор подряда, предусматривающий предоставление услуги, на основании которого предприятие будет выплачивать вознаграждение за предоставленную рекламную услугу.

Предприятию обязательно нужно рассмотреть вопрос регистрации лица в регистре субъектов, ведущих хозяйственную деятельность, чтобы верно рассчитать сумму применимых налогов в момент выплаты дохода. Данный статус можно проверить в регистре СГД.

Если лицо зарегистрировано как субъект, ведущий хозяйственную деятельность, оно несет ответственность за уплату налогов от полученного дохода. Если лицо, с которым заключен договор подряда, не зарегистрировало хозяйственную деятельность, данное лицо считается наемным работником и из вознаграждения удерживается как ПНН, так и обязательные взносы государственного социального страхования.

Даже если рекламируемый товар вручается инфлюенсеру в подарок, необходимо оценить его рыночную стоимость и удержать оба налога с зарплаты. При этом следует учесть, что товары, выданные в пользование на время рекламы, тоже могут создавать обязанность определить облагаемую стоимость, т.е. идентифицировать полученное физическим лицом материальное благо.