

Что отразить в регламенте проявления осмотрительности при выборе деловых партнеров

Как известно, во время проверки налоговые органы изучают первичные документы организации. Если будут выявлены определенные нарушения в их ведении, налогоплательщик может получить отказ в вычете НДС и признании расходов по налогу на прибыль. Кроме того, в последние годы налоговики огромное внимание уделяют процессу взаимодействия проверяемой организации с контрагентами. И теперь решающее значение в признании вычетов и расходов имеет не столько грамотное оформление первички, сколько то, как добросовестно компания готовилась к сделке и проверяла партнеров.

В этом смысле хозяйственные операции и действия уполномоченных лиц будут проверяться на предмет следующих подозрений:

- в получении необоснованной налоговой выгоды;
- в недобросовестности компании и контрагента;
- в сотрудничестве с однодневками;
- в непроявлении должной осмотрительности при выборе контрагента;
- в создании нескольких взаимосвязанных организаций с целью оптимизировать налогообложение;
- в отсутствии деловых целей, для осуществления которых была проведена операция;
- в нереальности сделки.

Как видно, большая часть этих подозрений так или иначе связана со взаимодействием между компанией и ее деловыми партнерами. Просто тщательно выбирать контрагентов сегодня недостаточно — нужно документально убедить представителей ИФНС, что вы действовали осмотрительно и добросовестно.

Принцип проявления должностной осмотрительности становится во главу угла при выборе контрагентов. Поэтому налогоплательщикам целесообразно разработать и утвердить некое положение по соблюдению этого принципа. Он может называться, например, Регламент проявления должностной осмотрительности. Что же следует включить в этот документ?

Основные положения

Первое, что нужно указать в регламенте — это цель его составления, то есть предотвращение (снижение) рисков, связанных с выбором партнеров по бизнесу. Целесообразно дать описание этим рискам — это недоимка налогов, пени и штрафы, то есть те платежи, которые в результате проведения проверки могут грозить компании за неосмотрительность.

Стоит также отметить в регламенте, что он утверждается приказом и является обязательным для исполнения сторонами сделки как до заключения договора, так в процессе его исполнения. Это значит, что до того, как договор с контрагентом будет подписан, он должен быть ознакомлен с положениями регламента. Чтобы это обеспечить, целесообразно разместить регламент на официальном сайте компании в разделе для потенциальных партнеров.

Налоговая выгода

Такому понятию, как налоговая выгода, стоит посвятить отдельный раздел регламента. Под налоговой выгоды понимается применение льгот или пониженной налоговой ставки, а также вычет налога или возмещение излишне уплаченных его сумм из бюджета. Цель работы

коммерческой организации — получить экономическую выгоду, а не уплатить как можно больше налогов. Поэтому не будет лишним отметить в регламенте, что действия компании, предпринимаемые для получения налоговой выгоды, являются экономически оправданными. Разумеется, речь лишь о легальных механизмах — упомянутых вычетах, льготах и прочих инструментах. При этом налоговая выгода не должна являться самоцелью операции.

Учитывая сказанное выше, в регламенте целесообразно прописать следующие положения:

- об экономической обоснованности получения налоговой выгоды;
- о праве компании выбирать любые методы хозяйственной деятельности, в том числе те, что обеспечивают налоговую выгоду;
- о том, что у любой операции должна быть деловая цель, которую следует отразить в договоре между компанией и контрагентом (например, целью является приобретение определенного товара);
- о том, что налоговая выгода не является деловой целью операции;
- о том, что в ходе хозяйственной деятельности компания может получить не только прибыль, но и убыток, и это связано с риском ведения бизнеса, а не с желанием снизить налоговое бремя.

Проверка контрагентов

В регламенте необходимо указать, при наступлении каких условий целесообразно проводить проверку контрагентов. Этот вопрос должен решаться на уровне кампании исходя из соотношения финансовых затрат и результатов. Например, контрагента следует проверять, если планируется сделка выше определенной суммы, если заключается договор на длительный срок или наступают прочие обстоятельства. Также в регламенте целесообразно закрепить ответственных за проведение проверки — подразделение компании или отдельных сотрудников.

Документооборот

В учетной политике компании рекомендуется прописать положение о том, что бухгалтерские документы от контрагентов, которые подлежат проверке, принимаются к учету только в случае проведения этой проверки. Также положение об этом нужно включить в регламент. Кроме того, целесообразно закрепить в документе следующие положения:

- о том, при обязательном наличии каких реквизитов первичные документы могут приниматься к учету (наименование, дата, содержание операции и так далее);
- о том, что ответственный сотрудник с определенной периодичностью обязан сверять данные счетов-фактур компании и ее контрагентов.

В договоры, которые компания заключает со своими партнерами, рекомендуется вносить раздел о соблюдение сторонами принципа должной осмотрительности. В нем следует прописать обязанность контрагента предоставить компании всю необходимую информацию для оценки риска сотрудничества. Положение о введении в текст договора такого раздела следует закрепить в регламенте, а также указать (например, в виде приложения) список критериев, по которым будет проводиться оценка риска.

Кроме того, необходимо отметить, что исполнение сторонами регламента является существенным условием договора. Это положение нужно закрепить в регламенте и включать в тексты договоров.

С примерным текстом регламента можно познакомиться по этой ссылке.