

## ВВЕДЕНИЕ НАЛОГА НА РОСКОШЬ В РОССИИ

Ю.В. Кудрина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: uliya\_kudrina@mail.ru

Научный руководитель: Рыжкова М.В., канд. экон. наук, доцент

*Статья посвящена анализу введения налога на роскошь в Российской Федерации. Изучены основные понятия, касающиеся данной темы. Большое внимание уделяется вопросу необходимости введения данного налога на территории Российской Федерации. Рассмотрены основные проблемы введения налога на роскошь в России.*

Одним из наиболее значимых событий 2014 года можно считать введение налога на роскошь, но каковы последствия данного новшества?

Предметы роскоши – это товары, предметы, без которых можно обойтись в жизни, доступные по цене только состоятельным людям. На такие товары импортного производства иногда устанавливают повышенные ставки таможенных пошлин [1].

Определение товаров роскоши охватывает широкий спектр различных товаров. Таким образом, область товаров роскоши ограничена следующими основными сегментами [2]:

- Товары роскоши, услуги и недвижимость. Управленческое понимание роскоши обычно относится к движимому имуществу ("товары" в классическом смысле), какой была индустрия роскоши и характеризовалась со стороны ремесла и техники. Помимо этого, люксовые услуги и люксовая недвижимость формируют отдельные сегменты роскоши. Маркетинговые знания о товаре предлагают базу для сегментов роскоши, но они должны быть адаптированы к специфическим особенностям роскоши.

- Брендированные vs небрендированные товары роскоши. Небрендированные товары роскоши, как правило, сделаны ремесленниками. Из-за высокой значимости силы бренда в люксовом сегменте, эта статья рассматривает только брендированные товары.

- Частные vs общественные товары роскоши. Вместо общественных товаров роскоши, таких как части алтаря или национальные памятники, термин товары роскоши обычно относится к частному люксу, который принадлежит человеку или частной организации.

- B2B vs B2C товары роскоши. B2C товары роскоши, также известные как личные товары роскоши, продаются конечным потребителям и могут быть использованы человеком для улучшения жизни. В отличие от них, есть отдельный B2B сегмент люкса, включающий в себя специализированных на роскоши поставщиков для люксовых брендов. Одним из таких поставщиков является Peter Vock, производитель перьев для люксовых перьевых ручек.

- Независимые от основателя vs зависимые от основателя товары роскоши. Эта статья рассматривает только независимые от основателя товары роскоши. Это означает, что существование брендов и производство соответствующих товаров не должны зависеть от жизни их создателей. Производители товаров роскоши должны

сохранять особую личность бренда и обладать способностью к предпринимательской деятельности. Хотя художник может стать брендом, эти требования не будут выполнены, так как он может лишь создать товар, зависимый от основателя. По сравнению с другими товарами, рынок искусства следует весьма специфическим правилам и поэтому формирует отдельный сегмент роскоши. То же самое относится и к другим сегментам индустрии, таким как архитектурные мастерские и относительно сложный и быстро меняющийся рынок дизайнерских товаров индустрии моды.

- Однорегиональные vs мультирегиональные товары роскоши. Например, покупка товаров в KaDeWe возможна только в Берлине, также как переночевать в Le Bristol можно только в Париже. Однако многие однорегиональные люксовые бренды имеют потенциал, чтобы стать глобальными. Например, люксовая группа Hilton превратила нью-йоркский отель Waldorf Astoria в глобальную сеть роскошных отелей.

- Современные vs старинные товары роскоши. Со ссылкой на временную относительность (см. выше), в работе рассматриваются только современные товары роскоши. Старинная роскошь (в том числе антикварные автомобили) образует отдельный сегмент люкса.

Все товары, относящиеся к роскоши, обладают следующими характеристиками:

- сильный имидж бренда;
- цена с серьезной премиальной надбавкой;
- исключительное качество дизайна и ремесленного мастерства;
- контролируемая, эксклюзивная или селективная дистрибуция (сеть и система продаж).

Без понимания мотивов потребления роскоши теми, кто любит и ценит ее, невозможно понять, как работает и для чего существует система этой индустрии. Рынок роскоши активно сопротивляется применению технологий, которые разработаны для товаров массового спроса. Бренды, прошедшие "маркетинговую обработку" инструментами классического маркетинга "потребительских ожиданий", быстро расширяют целевую аудиторию, но теряют то "измерение мечты", которое и стимулирует потребителей стремиться обладать именно этой вещью. Ключевое отличие люксового товара от товара обыденного - способность устанавливать особые долгосрочные отношения с потребителем, оказывая влияние на их поведение и самоощущение. Символические аспекты потребления роскоши требуют выделить маркетинговые основания символизма - традиционно "неуловимого" элемента [3].

Вопросы о введении налога на роскошь поднимаются с 2003 года.

В 2010 году уже рассматривали законопроект о вводе налога на роскошь. Активное же обсуждение вокруг темы о возможном введении налога на роскошь развернулась в 2012 году с подачи Владимира Путина, который, занимая пост председателя правительства, поручил профильным министерствам вместе с общественными и бизнес-организациями подумать о том, как сделать налоговую систему России более справедливой.

Закон о повышенном налоге на дорогие автомобили стоимостью от 3 миллионов рублей В.В. Путин подписал в июле 2013 года [4], будучи уже президентом. Документ, разработанный Минфином во исполнение послания президента, вводит повышающие коэффициенты к ставкам транспортного налога.

Первоначально предлагалось ввести данный налог для машин дороже 5 миллионов рублей, однако, в конечном счете, такую стоимость сочли завышенной [5].

Налог на роскошь представляет собой обложение предметов, потребление которых свидетельствует о богатстве или об относительной зажиточности. По способу взимания данный налог является прямым, так как уплачивается непосредственно субъектами с имущества или дополнительного дохода налогоплательщика. Обычно им облагаются физические лица, имеющие в личном потреблении предметы роскоши. В некоторых странах этот налог прогрессивный (чем больше стоимость объекта налогообложения, тем больше сумма налога). Ставки дифференцируются в зависимости от цели введения данного налога государством, это объясняется экономической политикой, инфляционными ожиданиями, ростом или спадом ВВП, темпами экономического роста, дефицитом бюджета, социальным расслоением общества и т.д. Основной вопрос относительно предмета налога: что же является роскошью? Стоит отметить, что налогом могут облагаться различные предметы роскоши, как например недвижимость, транспортные средства, ювелирные украшения и так далее.

Какую же цель преследует правительство Российской Федерации, когда ввели данный законопроект?

Главная цель законопроекта заключается в возможности регулировать движение финансовых потоков и перенаправлять их в разные сферы экономики страны. Кроме того, правительство считает, что, введя дополнительные пошлины на предметы роскоши, удастся снизить уровень коррупции в стране, соответственно, повысив доходы государственного бюджета. По предварительным данным, сборы могут достичь четверти триллиона рублей. Эта сумма практически равна той сумме, которую получает казна Российской Федерации от малого бизнеса.

С этой точки зрения налог на роскошь является неоспоримым плюсом, который поможет стране преодолеть финансовый кризис. Однако велика вероятность, что, предвидя данное нововведение, многие состоятельные граждане, среди которых много высоких профессионалов в разных областях, предпочтут переехать или хотя бы переправить свое состояние за рубеж.

С 2014 года в России начал применяться налог на роскошь в виде обложения транспортных средств стоимостью свыше 3 млн. рублей. Согласно подписанному президентом закону, коэффициент 1,5 вводится для автомобилей стоимостью от трех до пяти миллионов рублей, с момента выпуска которых прошло не более года. На 1,3 сумма транспортного налога будет умножаться в отношении машин аналогичной стоимости возрастом от одного до двух лет, а на 1,1 – возрастом от двух до трех лет. Удвоенный сбор будут взимать с владельцев автомобилей стоимостью от пяти до десяти миллионов рублей, с момента выпуска которых прошло не более пяти лет. В три раза транспортный налог увеличится для хозяев машин стоимостью от 10 до 15 миллионов рублей и свыше 15 миллионов рублей в случае, если с момента выпуска этих транспортных средств прошло не более 10 и 20 лет соответственно [6].

В России уже опубликован список автомобилей, которые подпадают под действия данного налога. Однако уже сейчас видны определенные недоработки принятого закона: налоговой базой признается стоимость транспортного средства, определяемая официальными дилерами, без учета различных пошлин и сборов, которые уже входят в данную стоимость (НДС, таможенные пошлины, утилизационный сбор, валютный курс и так далее); размер налога на роскошь дифференцирован в за-

висимости от региона постановки на учет транспортного средства, логичнее было бы сделать дифференциацию именно критерия роскоши по регионам и обложить налогом на роскошь машины, стоимость которых превышает 3 млн. рублей за вычетом всех пошлин и акцизов, уплаченных с момента ввоза авто на территорию России. Таким образом, уже есть определенные предложения по доработке налога на роскошь.

К положительным факторам введения налога на роскошь в России можно отнести то, что новый налог будет способствовать уменьшению социального расслоения в распределении налогов, станет эффективной мерой в пополнении федерального бюджета, окажется положительным средством для корректирования общей системы налогообложения. Однако существуют и отрицательные моменты: уже сейчас понятно, что для введения данного налога власти затратят колоссальные денежные средства; налогоплательщики смогут найти схемы ухода от уплаты данного налога, что потребует от государства дополнительное администрирование; новый закон может лечь на плечи среднего класса.

Схемы ухода от уплаты налога [5]:

1. Не менее действенный способ ухода – покупка автомобиля в лизинг. Ведь купленная по этой схеме роскошная машина в большинстве случаев остаётся на балансе лизинговой компании, то есть опять же юридического лица. Частный случай этой схемы – оформление автомобиля на прокатную контору, которая затем официально оформляет машину владельцу в долгосрочную аренду.

2. Оформление дорогого автомобиля на кого-то из льготной категории граждан, официально освобожденных от уплаты налога. К таким относятся, например, ветераны ВОВ, участники боевых действий, многодетные семьи, инвалиды, герои СССР и России и другие группы.

3. Схема ухода от налога на роскошь путем оформления автомобиля на несовершеннолетних детей. А дети младше 18 лет вообще могут провести сделку самостоятельно, поскольку граждане РФ с 14 лет имеют паспорт, а значит, и возможность оформить и даже поставить на учет транспортное средство. А вот полагающиеся налоги дети платить не обязаны, поскольку не имеют ни ИНН, ни, собственно, официальных доходов, с которых эти налоги платятся.

Анализируя эффективность применения налога на роскошь в России могла бы решить задачи в сфере социальной политики, пополнения федерального бюджета и улучшения уровня жизни бедного населения за счет средств богачей, но вместе с тем стоит отметить о наличии многих нерешенных проблем, которые требуют особого внимания, в том числе и на законодательном уровне, а также главными опасностями данной фискальной меры является то, что она может превратиться в наказание за богатство и будет чаще применяться к среднему классу, а не к миллиардерам из списка Forbes, уже поднаторевшим в способах ухода от налогов.

Таким образом, мера по введению налога на роскошь в России могла бы решить задачи в сфере социальной политики, пополнения федерального бюджета и улучшения уровня жизни бедного населения за счет средств богачей, но вместе с тем стоит отметить о наличии многих нерешенных проблем, которые требуют особого внимания в том числе и на законодательном уровне.

#### Список использованной литературы.

1. Предметы роскоши [Электронный ресурс] // Энциклопедический словарь экономики и права. URL: [http://www.vedomosti.ru/glossary/dic\\_economic\\_law](http://www.vedomosti.ru/glossary/dic_economic_law) (дата обращения: 09.10.2014 г.).
2. Ограничение сферы роскоши [Электронный ресурс] // The Concept of Luxury Brands. URL: <http://www.conceptofluxurybrands.com/node/1421> (дата обращения: 09.10.2014 г.).
3. Роскошь [Электронный ресурс] // Mobildesing. URL: <http://mobides.ru/roskosh.htm> (дата обращения: 09.10.2014 г.).
4. О внесении изменений в статью 362 части второй Налогового кодекса Российской Федерации: Федеральный закон от 23.07.2013 N 214-ФЗ [Электронный ресурс] // Правовая система КонсультантПлюс. URL: <http://base.consultant.ru/> (дата обращения: 09.10.2014 г.).
5. Минпромторг огласил список «роскошных» марок автомобилей [Электронный ресурс] // Портал Audit-it.ru. URL: <http://www.audit-it.ru/news/account/704650.html> (дата обращения: 09.10.2014 г.).
6. Николаева Е.В. Сравнительный анализ налога на роскошь в зарубежных странах. Оценка перспектив для России [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 5. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/05/5225> (дата обращения: 09.10.2014 г.).
7. Обходим налог на роскошь: все заблуждения автомобилистов [Электронный ресурс] // Портал Kolesa.Ru. 29.05.2014. URL: <http://www.kolesa.ru/article/obhodim-nalog-na-roskosh-vse-zabluzhdeniya-avtomobilistov-2014-05-29> (дата обращения: 09.10.2014 г.).

### **МОДЕЛИ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ**

Н.В. Кузнецова, А.А. Шашкова

Томский политехнический университет, г.Томск  
E-mail: [gliss@sibmail.com](mailto:gliss@sibmail.com), [shashkova\\_anastasia@mail.ru](mailto:shashkova_anastasia@mail.ru)  
Научный руководитель: Кац В.М., канд. физ.-мат. наук, доцент

*Данная статья посвящена актуальной на сегодняшний день теме развития и совершенствования валютного регулирования. В настоящее время с учетом экономической ситуации в стране данная тема вызывает неподдельный интерес, так как валютное регулирование является неотъемлемой частью денежно-кредитной политики страны, является механизмом, с помощью которого стабилизируется финансовая ситуация, а также укрепляется национальная валюта. Совершенствование валютного регулирования призвано способствовать преодолению различных кризисных ситуаций в стране, а также способствует благоприятному развитию экономики в целом.*

Одной из важных функций государства является определение денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики страны. Одной из составных частей денежно-кредитной политики является валютная политика, она осуществляется за счет валютного регулирования и последующего контроля, за соблюдением установлен-