



Научно-исследовательский журнал «International Law Journal»

<https://ilj-journal.ru>

2025, Том 8, № 3 / 2025, Vol. 8, Iss. 3 <https://ilj-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.1.3. Частно-правовые (цивилистические) науки (юридические науки)

УДК 346.62

## Правовое соотношение понятий: скидка, премия и плата за предоставленные услуги в фармацевтическом бизнесе

<sup>1</sup> Внукова В.А., <sup>1</sup> Орловский Н.М.,  
<sup>1</sup> Белгородский университет кооперации, экономики и права

**Аннотация:** сложным вопросом, который решается аптечными сетями при заключении договоров поставки лекарственных средств и их исполнении, до настоящего времени продолжает оставаться отсутствие четкой правовой регламентации определения размера выручки. Компании при определении порядка расчетов должны учитывать разнообразные бонусы, скидки, рекламные предложения, плату за предоставленные услуги. Все они влияют на размер налогооблагаемой базы.

Цена возможной ошибки – переплата НДС или, напротив, начисление налоговой службой штрафов за занижение налогооблагаемой базы. Поэтому целью проведенного исследования стало определение характерных особенностей деятельности фармацевтических производителей, определение на основании изученного теоретического материала, судебной практики и разъяснений Налоговой службы правовой разницы между скидками, премиями и платой за предоставление услуг в фармацевтическом бизнесе, установление их влияния на определение налогооблагаемой базы поставщика.

Соответственно, задачей исследования является выявление рисков, связанных с предоставлением поставщиками ЛС (лекарственных средств) различных видов бонусов покупателям по договорам поставки.

Проведено разграничение бонусов, получаемых аптечными сетями от производителей фармацевтической продукции при оформлении договоров поставки, с точки зрения правильности их оформления при учете налогооблагаемой базы.

**Ключевые слова:** договор поставки, налогооблагаемая база, выручка, скидка, премия, плата за предоставленные услуги

**Для цитирования:** Внукова В.А., Орловский Н.М. Правовое соотношение понятий: скидка, премия и плата за предоставленные услуги в фармацевтическом бизнесе // International Law Journal. 2025. Том 8. № 3. С. 33 – 37.

Поступила в редакцию: 7 января 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 5 марта 2025 г.; Принята к публикации: 22 апреля 2025 г.

## Legal relationship of concepts: discount, premium and payment for services rendered in the pharmaceutical business

<sup>1</sup> Vnukova V.A., <sup>1</sup> Orlovsky N.M.,  
<sup>1</sup> Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

**Abstract:** a difficult issue that is solved by pharmacy chains when concluding contracts for the supply of medicines and their execution continues to be the lack of clear legal regulation for determining the amount of revenue. When determining the payment procedure, companies should take into account a variety of bonuses, discounts, promotional offers, and fees for services provided. All of them affect the size of the tax base.

The price of a possible error is an overpayment of VAT or, conversely, the accrual of fines by the tax service for underestimating the tax base. Therefore, the purpose of the study was to determine the characteristic features of the

*activities of pharmaceutical manufacturers, to determine, based on the studied theoretical material, judicial practice and explanations of the Tax Service, the legal difference between discounts, premiums and fees for the provision of services in the pharmaceutical business, to establish their impact on determining the tax base of the supplier.*

*Accordingly, the purpose of the study is to identify the risks associated with the provision of various types of bonuses by suppliers of medicines to customers under supply agreements.*

*A distinction has been made between the bonuses received by pharmacy chains from pharmaceutical manufacturers when executing supply contracts, in terms of the correctness of their registration when taking into account the tax base.*

**Keywords:** supply agreement, taxable base, revenue, discount, premium, payment for services provided

**For citation:** Vnukova V.A., Orlovsky N.M. Legal relationship of concepts: discount, premium and payment for services rendered in the pharmaceutical business. International Law Journal. 2025. 8 (3). P. 33 – 37.

The article was submitted: January 7, 2025; Approved after reviewing: March 5, 2025; Accepted for publication: April 22, 2025.

### Введение

В современном обществе отношения между компаниями основываются на заключаемых договорах. Не является исключением и отношения, возникающие в фармацевтическом бизнесе. Однако, заключая такие договоры, производители и дистрибьютеры часто путают такие понятия, как предоставление скидок, бонусов, а также платы за предоставленные услуги, подменяя одно понятие другим. Тем не менее, это важно, так как порядок оформления, основания для их выплаты, правовые последствия предоставления скидок, бонусов или платы за предоставляемые услуги разные, поэтому проанализируем это детально.

### Материалы и методы исследований

*Скидка* – одностороннее предложение продавца, маркетинговый инструмент, сумма, которая меняет цену товара в аптеке, снижая ее. Поэтому применяя скидку, необходимо в документах бухгалтерского и налогового учета сделать корректировку по цене товара [1].

Скидки могут предоставляться по любому экономическому обоснованию. Суть скидок заключается в том, что происходит корректировка цены товара. Они могут предоставляться на будущее. Речь идет о ситуации, когда некоторым категориям покупателей, например, большой аптечной сети, которая закупает значительный объем товаров аптечного ассортимента, предоставляется скидка за объем. Это могут быть, например, скидки, предоставляемые аптечной организации за то, что ранее в полном объеме были выполнены условия договора. Здесь речь идет о, так называемых «ретроспективных скидках».

В фармацевтическом бизнесе часто применяют скидки за своевременную оплату. Речь идет о том, что в каждом договоре определены сроки, в которые должен быть произведен платеж. В случае внесения своевременной предоплаты начисляется скидка. Так, в договорах поставки, заключаемых компанией BAYER, при внесении 30-50% предоплаты за ряд лекарственных средств предоставляется скидка в размере 25% для постоянных клиентов и в размере 15% для новых клиентов [2]. Для этого компания при заключении долгосрочного контракта прописывает в договоре все условия предоставления скидок.

Гражданское законодательство позволяет поставщику при выполнении покупателем определенных условий договора предоставлять скидку на уже отгруженный (и даже оплаченный) товар. Порядок проведения бухгалтерского учета подобных «бонусов» у получателя рассмотрен Министерством финансов России в письме от 08.10.2021 № 03-03-06/1/81707 [3].

Однако, обратим внимание на то, что скидки корректируют цену товара, влияют на ценообразование, а в отношении значительной группы товаров аптечного ассортимента – жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты – государством установлено ценовое регулирование и фармкомпании вынуждены укладывать в установленные параметры по цене оптовой наценки. Поэтому ретро-скидки (предоставляются аптечным сетям в случае надлежащего выполнения обязательств в прошедшем периоде) в

*Плата за услуги* – это выручка аптечной организации, которая отражается в бухгалтерских и налоговых документах. В фармацевтическом бизнесе речь может идти о таких услугах аптечных сетей, которые они оказывают фармацевтическим компаниям. Эти действия не входят в понятие торговой деятельности аптечной сети, выходят за рамки договора поставки. Примером такой дополнительной услуги в фармацевтическом бизнесе может явиться размещение в аптеках аптечной сети незапрещенной рекламы [4]. Фармацевтическая компания будет оплачивать предоставление таких услуг. Их предоставление должно быть зафиксиро-

ровано в договоре, а выполнение обязательства по договору должно быть юридически оформлено составлением акта или иных платежных документов. Очевидно, что плата за такие действия облагается налогом на добавленную стоимость. Отношения в этом случае регулируются нормами главы 39 ГК РФ [5]. Речь идет об услугах по включению товаров поставщиков лекарственных препаратов в ассортимент аптечных организаций аптечных сетей, «по поддержанию определенного уровня товарных запасов, укреплению приверженности к товарной марке и т.д.» [6].

Другим примером предоставления платы за предоставленные услуги при заключении договоров поставки в фармбизнесе может стать предоставление информации об объемах продаж конкретного препарата или группы необходима фармкомпания для корректировки объемов выпуска лекарственного препарата, его дозирования и она готова платить за нее [7].

Услуги в фармацевтическом бизнесе могут быть предоставлены за совершение аптеками аптечных сетей разнообразных действий, например, за информирование покупателей аптеки о конкретных препаратах, за размещение лекарств на определенных полках, проведение каких-то акций для покупателей, за предоставление аналитики или отчетов фармацевтической компании.

*Премии* – внереализационный доход аптечной сети. Речь может идти о ситуации, когда между фармацевтической компанией и аптечной сетью уже заключен договор поставки. Премия может быть выплачена аптечной сети за то, что она и так делает. Например, премии могут быть назначены, если у фармкомпания приобретаются лекарственные препараты из заранее определенного минимального списка или приобретается полный ассортимент производимых фармацевтической компанией товаров. Премии могут выплачиваться также в случае выполнения требований по постоянному минимальному остатку товаров аптечного ассортимента на складах аптечной сети. Таким образом, можно заключить, что такая премия выплачивается за то, что и так делается в рамках договора поставки, однако ее выплачивают «за повышенное качество» работы в рамках договора, за то, что производимые закупки отвечают определенным качественным характеристикам. Рассмотрим, какова правовая регламентация премии в фармбизнесе? Полагаем, что в этом случае можно говорить о публичном обещании награды. Например, по аналогии, нашедшему кошелек – просьба вернуть за вознаграждение.

Часто в категорию «премия» попадает плата «за выкладку товара». Она означает, что фармкомпания производит оплату за то, что товар в аптеке оказывается выложенным на витрину, чтобы покупатели могли самостоятельно увидеть его и у них самостоятельно сформировалось желание приобрести именно этот конкретный препарат. Однако, однозначной точки зрения по этому вопросу среди исследователей нет. Так, по мнению Н.Н. Луговой речь в случае выкладки товаров на более доступные для обозрения покупателей витрины, что является выгодным для поставщика, следует отнести к категории оказания услуг [8].

#### **Результаты и обсуждения**

Министерство финансов России неоднократно в своих письмах разъясняло, что премии не связаны с оплатой «реализованных продавцом товаров (работ, услуг)». Оплата в этом случае должна быть произведена «в каждом отдельном случае с учетом условий соответствующих договоров в зависимости от конкретной хозяйственной ситуации» [9].

Это имеет существенное значение для аптечных сетей, так как в соответствии с приведенным выше Постановлением Президиума ВАК, выплата премий становится в этом случае своеобразной формой торговых скидок, происходит к уменьшению стоимости товаров и влечет корректировку поставщиками налоговой базы по исчислению налога на добавленную стоимость.

Приведем пример по материалам судебной практики 2024 года. ООО по договору поставки получало от контрагента по договору лекарственные препараты. Налоговой орган привлек покупателя к ответственности в связи с тем, что общество получало от контрагента премии за выполнение условий договоров поставки лекарственных препаратов, при этом не корректировало налогооблагаемую базу по НДС. Спор поступил на рассмотрение суда.

В ходе рассмотрения было установлено, что в случае соблюдения условий договоров поставки относительно объема закупки ООО получало от поставщика поощрительные выплаты (премии). Последующие партии товаров оплачивались «зачетом права требования общества к соответствующему продавцу на стоимость полученного товара. Тем не менее, продавец не уменьшал цену реализации товара, не корректировал налогооблагаемую базу при исчислении НДС в сторону уменьшения.

Суд первой инстанции решил, что премии, полученные от поставщиков за выполнение условий договоров поставки, напрямую связаны с поставками товара и являются формой торговых скидок и влияют на налоговую базу по НДС.

Однако, суд кассационной инстанции удовлетворил требования общества и указал, что предоставление премий и бонусов обусловлено совершением обществом конкретных встречных действий: «выполнением плана отгрузок, закупкой определенного количества товара, соблюдением финансовой дисциплины». В судебном постановлении отмечено, что поставщик также имел интерес, который заключался в обеспечении и повышении объемов продаж, в расширении доли рынка. Суд отметил, что в договоре нет условий о выплате премий и бонусов путем передачи части лекарственных препаратов бесплатно, а также отсутствуют элементы других договоров о предоставлении продавцу дополнительных услуг, за которые выплачиваются премии. Премии выплачивались после погашения задолженности за поставленный товар и не могли учитываться в его стоимости [10].

### Выводы

Таким образом, сегодня имеется внушительный набор инструментов, которым вправе воспользоваться поставщик для того, чтобы поощрить и стимулировать фармацевтические сети активно работать именно с ним [11]. Скидкой является одностороннее предложение продавца, сумма, которая меняет цену товара в аптеке, снижая ее, поэтому в бухгалтерских документах необходимо скорректировать цену на ЛС. Плата за предоставленные аптечной сетью услуги является ее выручкой, которая также должна быть отражена в бухгалтерских и налоговых документах. Премии являются внереализационным доходом аптечной сети. Она может быть выплачена аптечной сети за то, что итак делается в рамках договора поставки, ее выплачивают «за повышенное качество» работы в рамках договора. Выплата премии на базу по НДС не влияет (если об этом прямо не указано в договоре поставки ЛС).

Применение разных поощрений ведет к разным налоговым последствиям. Вопрос о выборе способа поощрения лежит на сторонах договора.

### Список источников

1. Продолятченко П.А., Шимова О.В. Торговые скидки как форма стимулирования продаж // Научные исследования и инновации. 2021. № 2. С. 170 – 179.
2. Боярских И.В. Особенности учета скидок на предприятиях оптовой торговли: применение МСФО // Аллея науки. 2018. Т. 5. № 5. С. 319 – 323.
3. Письмо Минфина России от 08.10.2021 № 03-03-06/1/81707 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система (дата обращения: 09.12.2024)
4. Внукова В.А., Орловский Н.М., Спичак И.В. К вопросу об информации и рекламе вообще и рекламе лекарственных средств, в частности // Юрист. 2024. № 7. С. 34 – 39.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (с изм. и доп. на 01.01.2022) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система (дата обращения: 09.12.2024)
6. Постановление Президиума ВАС РФ от 07.02.2012 № 11637/11 по делу № А40-56521/10-35-297 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система (дата обращения: 09.12.2024)
7. Внукова В.А., Спичак И.В. Правовые основы фармацевтической деятельности. Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2018. 416 с.
8. Луговая Н.Н. Премии аптекам: как не допустить ошибок при исчислении налогов // Аптека: бухгалтерский учет и налогообложение. 2022. № 6.
9. Письма Минфина России от 13.10.2020 № 03-07-15/89774, от 14.05.2021 № 03-03-06/1/36841 // КонсультантПлюс: справочно-правовая система (дата обращения: 09.12.2024)
10. Подборка судебных решений за 2024 год: Статья 171 «Налоговые вычеты» гл. 21 «Налог на добавленную стоимость» НК РФ (Юридическая компания "TAXOLOGY") // КонсультантПлюс: справочно-правовая система (дата обращения: 09.12.2024)
11. Внукова В.А. Договор розничной купли-продажи лекарственных средств: автореф. дис. ...канд. юрид. наук. Краснодар. 2007. 19 с.

### References

1. Prodolyatchenko P.A., Shimova O.V. Trade discounts as a form of sales stimulation. Scientific research and innovation. 2021. No. 2. P. 170 – 179.
2. Boyarskikh I.V. Features of accounting for discounts at wholesale enterprises: application of IFRS. Alley of Science. 2018. Vol. 5. No. 5. P. 319 – 323.
3. Letter of the Ministry of Finance of Russia dated 08.10.2021 No. 03-03-06 / 1 / 81707. ConsultantPlus: reference and legal system (date of access: 09.12.2024)

4. Vnukova V.A., Orlovsky N.M., Spichak I.V. On the issue of information and advertising in general and advertising of medicinal products in particular. Jurist. 2024. No. 7. P. 34 – 39.
5. Civil Code of the Russian Federation (Part Two) of 26.01.1996 No. 14-FZ (as amended and supplemented on 01.01.2022). ConsultantPlus: reference and legal system (date of access: 09.12.2024)
6. Resolution of the Presidium of the Supreme Arbitration Court of the Russian Federation of 07.02.2012 No. 11637/11 in case No. A40-56521/10-35-297. ConsultantPlus: reference and legal system (date of access: 09.12.2024)
7. Vnukova V.A., Spichak I.V. Legal basis for pharmaceutical activity. Moscow: GEOTAR-Media, 2018. 416 p.
8. Lugovaya N.N. Pharmacy bonuses: how to avoid mistakes when calculating taxes. Apteka: accounting and taxation. 2022. No. 6.
9. Letters of the Ministry of Finance of Russia dated 13.10.2020 No. 03-07-15 / 89774, dated 14.05.2021 No. 03-03-06 / 1 / 36841. ConsultantPlus: reference and legal system (date of access: 09.12.2024)
10. Selection of court decisions for 2024: Article 171 "Tax deductions" Ch. 21 "Value Added Tax" of the Tax Code of the Russian Federation (Legal Company "TAXOLOGY"). ConsultantPlus: reference and legal system (date of access: 09.12.2024)
11. Vnukova V.A. Retail sale and purchase agreement for medicines: author's abstract. diss. ... candidate of legal sciences. Krasnodar. 2007. 19 p.

#### **Информация об авторах**

Внукова В.А., кандидат юридических наук, доцент, Белгородский университет кооперации, экономики и права, 308023, г. Белгород, Садовая 116А, [vavnukova@rambler.ru](mailto:vavnukova@rambler.ru)

Орловский Н.М., аспирант, Белгородский университет кооперации, экономики и права, 308023, г. Белгород, Садовая 116А, [kaf-gp@buket.ru](mailto:kaf-gp@buket.ru)

© Внукова В.А., Орловский Н.М., 2025