

УДК 336.221.4

О НАЛОГЕ НА РОСКОШЬ

Городилова Ирина Анатольевна
магистрант кафедры «Экономика, управление и инвестиции»
Южно-Уральского государственного университета
e-mail: irinagorod74@list.ru

В статье исследуется историческое развитие социально-экономического феномена «роскошь» и экономическая сущность налогообложения роскоши. Авторами обобщается зарубежная практика государственного применения налога на роскошь, подходы к расчету данного налога и установление налоговых ставок.

Ключевые слова: налог, роскошь, налогообложение, ставка

В последние годы Правительством Российской Федерации рассматривается идея о введении налога на роскошь. Для ее воплощения необходимо всесторонне изучить факторы, образующие экономический смысл данного налога. Актуальным вопросом исследования вопроса о принятии налога на роскошь является целесообразность его введения. Опыт зарубежных стран показывает, что в некоторых странах существует налог на богатство, роскошь, в некоторых странах существует налог на крупные доходы, а некоторые страны отказались от таких налогов по экономическим соображениям и расчетам эффективности налогообложения. В связи с чем и возникла необходимость исследования отдельных аспектов социальных, исторических, языковых и экономических,

дающих представление о возможных последствиях положительных и отрицательных при введении налога на роскошь.

- **ИСТОРИЧЕСКО-ЯЗЫКОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ РОСКОШИ**

Различные взгляды и суждения к понятию роскошь наполняют его содержание довольно противоречивыми оценками, которые порой бросают из крайности в крайность, делая непонятной, мятежной всю «картину мира» вокруг этого слова.

В словаре В.И. Даля значение слова роскошь раскрывается как изящество, обилие прекрасного, богатство и полнота. Значение данного слова встречается у него в следующих словосочетаниях: роскошь природы; роскошь отделки. С другой стороны, у слова роскошь существует и негативное значение, проявляющееся в таких суждениях как: излишество удобств, хвастливая торопательность, расточительность на насущное, на убранство, пищу на все жизненные потребности.

В теории Вернера Зомбарта (1912 г.) роскошь выступает как трата, которая выходит за пределы необходимого. Роскошь в его понятии бывает субъективной, когда определяется через ценностное суждение, и объективной, когда она определяется в зависимости от физиологических и культурных потребностей. Физиологические потребности зависят от климата и определяются им. Культурные потребности определяются в зависимости от исторической эпохи. Роскошь также может быть организована количественно и качественно. Изучая теорию В. Зомбарта, его высказывания относительно субъективного и объективного подхода к понятию роскошь сразу встает вопрос, что роскошь – это результаты труда мастеров и ремесленников, которые по заказу изготавливали дорогие предметы. Это считалось субъективным подходом, но когда эти предметы переходили к народу, то они, изначально изготовленные субъектом, становились вполне объективными. Также В.Зомбарт понятие роскошь сопоставлял с образом

женщины, требующей роскоши и повышенного комфорта, не имеющей легального статуса, что в последствии привело к обозначению женщины нового времени, свободной в отношениях [2].

Таким образом, суждения В. Зомбарта носят негативный окрас, даже при небольших разделениях положительных и отрицательных сторон этого слова, в его теории роскошь выступает как нечто негативное, затормаживающее развитие и сметающее любую положительную оценку.

Однако у слова роскошь были и свои сторонники, видящие в нем картину счастья. К ним относились Б. Мандевиль и Ш. Монтескье. Они считали, что роскошь «питает крохами со своего стола бесчисленное множество людей, обслуживающих потребление богатого класса». Другими словами роскошь для бедных выражалась в том, что они получали рабочие места и стимул к развитию через расточительство высших классов. Это получило название апологетическое направление и возникло оно в годы монархии во Франции в конце XVIII – первой половине XIX века, когда королевский двор обладал статусом самого роскошного в Европе [2].

В статье В. Никишина «Роскошь – источник благополучия. Будущее глобальной экономики» выражается мнение автора, что на сегодняшний день исследователи заинтересовались передовыми рубежами рынка предметов роскоши: производством, продажей и потреблением дорогих товаров. По мнению автора, роскошь является стимулом развития экономики различных форм. Она способствует появлению инноваций, создает рабочие места, развивает потребительский вкус и стиль. Также автор понимает, что роскошь имеет и свои отрицательные качества [5].

Чтобы как-то представить визуально смысл и функцию роскоши необходимо обратиться к визуальным и литературным источникам, которые высвечивали ситуации, где слово роскошь выполняет созидательную функцию, а в какой ситуации роскошь негативно характеризует отдельного индивидуума

(мужчину, женщину). К созидательным источникам можно отнести исторические фильмы с позитивной смысловой конструкцией этого слова, где герои получают пользу, вступая в отношения с роскошью через какие-либо ситуации.

В некоторых источниках роскошь является атрибутикой и символикой в жизни людей, которые находятся в некотором комфорте и вся роскошь отражается в их романтических отношениях.

Разрушительную функцию роскоши отражают источники, при которых роскошь негативно влияет на формирование личности и в последствии с этой личностью происходит несчастье, беда, либо его высмеивает общество.

Роскошь, как и вся экономика в целом, является объектом изучения жизни людей, их деятельности и существования, а потому и требует как научного обоснования, так и проявления в художественном смысле, при этом обогащая и стимулируя развитие человека и всего общества.

Синонимы к слову роскошь можно подобрать различные: изящество, нарядность, пышность, великолепие, баловство, богатство, шик. Некогда даже сахар представлял в России предмет роскоши и своего рода баловства. Жить в роскоши на Руси означало жить на широкую ногу, барствовать.

Антонимы роскоши служат слова бедность, нищета, простота, пустота. Из чего можно сделать вывод, что с материальной точки зрения роскошь лучше, чем беднота и пустота, так как она дает стимул, блага для развития, а пустота и беднота обеспечивают иллюзорность всего негативного окраса слову роскошь, неправильное отношение к жизни.

Однако человеческое общество в конкуренции устроено таким образом, что всегда люди боролись за блага разными способами. Богатые люди также не давали бедным добиваться благ и привилегий, а бедные в протест придумывали плохие качества роскоши по причине ее недоступности. Важный прогрессивный тезис существует у Веблена по отношению к негативным качествам роскоши, состоящий в том, что по отношению к материальному производству праздный класс (потребитель

роскоши) оказывается не только лишним, но вредным: «Отношение праздного класса к экономическому процессу является денежным отношением – отношением стяжательства, а не производства, эксплуатации, и не полезности». Хотя это суждение и является крайней (предельной) негативной чертой слова роскошь.

- **СОЦИАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ НАЛОГА НА РОСКОШЬ**

На современном этапе развития Российской экономики у правительства существует идея о введении налога на роскошь, направленная на достижение двух целей: пополнить государственный бюджет и противодействовать неравномерному развитию роскоши у узкой прослойки населения российского общества. Второй аспект носит воспитательный и психологический характер, направленный на выявление крупных честных заработков. Налогооблагаемой базой для начисления налога на роскошь при этом будет не доходная часть бюджета, а расходы, доказывающие потребление предметов роскоши и богатства (то есть существование крупных доходов).

Вся сложность введения налога на роскошь заключается в определении предметов роскоши. За историю человечества в списке предметов роскоши побывало едва ли не все, что нас окружает. При этом, что для одного поколения было роскошью, для последующего становилось насущной необходимостью. Но это всего лишь отступление. Наличие крупных доходов с точки зрения законопроекта о налоге на роскошь все-таки является точкой отсчета в денежном эквиваленте стоимости предметов роскоши, а не художественная интерпретация слова роскошь, посредством которой формируется личность.

В основу объектов налогообложения налога на роскошь предлагается выбрать следующие предметы: жилые дома, квартиры, дачи, земельные участки стоимостью от 15 миллионов рублей и выше, автомобили, самолеты, вертолеты, яхты, катера стоимостью от двух миллионов и выше, ювелирные изделия из

драгоценных металлов и камней, произведения живописи и скульптуры стоимостью от трехсот тысяч рублей и другие дорогостоящие объекты.

Из перечня объектов налогообложения эксперты исключают драгоценности, одежду, мебель из-за сложности администрирования. Также планируется вывести из-под «роскошного налога» имущество, находящееся в государственной собственности субъектов РФ и муниципальных образований, государственные награды, предметы музеев, архивов и библиотек [7].

Инициатором введения налога на роскошь является Владимир Путин. Он считает, что основная функция налога на роскошь является социально-психологическая, восстанавливающая социальную справедливость, став платой за сверхпотребление. Среди экспертов также существуют сложные мнения относительно идеи налога на роскошь, выраженные различными сомнениями [4]. Ведь состоятельные граждане – люди предпринимательского склада, отличаются высокой степенью хозяйственности и особой философией к богатству и роскоши, и умеющие эффективно распоряжаться крупными деньгами. А сама идея целенаправленности на разрушение пафосной роскоши абсурдна, так как не учитывает аспект процесса заработка. Как говорится, в душу богатого не заглянешь, не поймешь как у него получается сохранять и наращивать капиталы, при этом выглядеть отлично и потреблять предметы роскоши.

Однако такой подход вовсе не разрушает необходимость введения налога на роскошь у добропорядочного гражданина. Если существуют государственные программы развития социального общества, почему бы и не содействовать им через уплату налога на роскошь, чем уходить от него, понимая, что они способствуют поддержке незащищенных слоев населения.

В целом встает вопрос: какое у нас государство? Каковы конструктивные черты и особенности внутреннего уклада социального общества нашей страны сейчас. Ведь используются рыночные и капиталистические подходы хозяйствования, но при этом высмеивается негативный окрас слова роскошь.

Феномен этого налога все-таки является спорным и не до конца проработанным с точки зрения идеологии класса общества, к которому принадлежит наше государство. Если в советские времена основной идеей общества являлась бесплатное обслуживание и стремление идеальной и счастливой жизни общества в целом, то в условиях рыночных отношений существует ключевые противоречия в достижении и использовании благ. В России для того, чтобы внедрить налог на роскошь, также не до конца проработан перечень предметов роскоши; нет четкого определения понятия роскоши; не ясен механизм расчета налоговой базы.

На рисунке 1 приведены некоторые предположения о предметах роскоши и ставках их налогообложения, предлагаемые депутатами фракции «Справедливая Россия».

Стоимость

недвижимости	Ставка налога
От 30 до 50 млн. руб.	0,3%
От 50 до 100 млн. руб.	0,6%
От 100 до 150 млн. руб.	1%
Все, что дороже	5%

Рисунок 1 – предлагаемые ставки налога на роскошь депутатами «Справедливая Россия»

Минэкономразвития в качестве объектов налогообложения видит недвижимость площадью более 1000 кв. метров и автомобили мощностью свыше 200-250 л.с. и ведет расчеты для введения налога на роскошь.

Полезным эффектом при внедрении налога на роскошь по мнению специалистов будет: корректировка общей системы налогов и равномерности в распределении налогов; увеличение бюджета Российской Федерации; хорошая мера в борьбе с социальным неравенством.

Отрицательным эффектом при внедрении налога на роскошь будет: появление новых схем ухода от налогов и расширение теневого рынка,

возникновение ситуаций по перемещению капиталов в страны с более низким уровнем налогообложения; превышение расходов средств бюджета на администрирование налога в случае возникновения перечисленных отрицательных эффектов в придачу.

- ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА НАЛОГА НА РОСКОШЬ

Существует суждение, что налог на роскошь идет к нам из-за границы. Во многих иностранных государствах уже действует налог на роскошь или налог на крупные доходы и имущество, например в таких странах как Франция, Испания, Великобритания, США, Китай и Япония. В таблице 1 приведены ставки налога на роскошь различных стран.

Таблица 1- Налог на роскошь в разных странах

Страна	Объект налогообложения	Ставка налога, %
Алжир	Предметы роскоши	20-110
Великобритания	Недвижимость стоимостью - 125 тыс. фунтов стерлингов	1
	Недвижимость стоимостью - 250-500 тыс. фунтов стерлингов	3
Греция	Транспортные средства	До 40
	Шубы	0,2-2,5
Испания	Имущество стоимостью выше 700 тыс. евро	0,2-2,5
Турция	Некоторые предметы роскоши и автомобили	7- 40
Франция	Имущество стоимостью до 1,3 млн. евро	0,25
	Имущество стоимостью от 1,3 до 3 млн. евро	0,50
Китай	Транспортные средства	10-55
Чили	Предметы роскоши	50-85
Тунис	Предметы роскоши	10-700

Как видно из таблицы 1 шкала налогов у разных стран довольно разнообразна, как и противоречивые мнения их граждан относительно применения налога на роскошь.

Социальная концепция налога на роскошь в зарубежных странах основана на таком экономическом показателе как коэффициент Джини. Его экономический смысл заключается прежде всего в обложении налогом на роскошь при оценке уровня неравенства в качестве шкалы эквивалентности, на основе которого устанавливаются различные ставки налогов на роскошь и другие доходы.

Во всех развитых странах практически все обеспеченные граждане платят более высокие налоги, чем другие жители. Верхний и низший уровни налога отличаются в западных странах, как правило, в 2-8 раз.

Максимальный подоходный налог (налог на крупные доходы) в Японии, Бразилии, Финляндии составляет 50,27,35 процентов и применяется к доходам свыше 10 тыс. \$;

В Китае максимальная ставка подоходного налога составляет 45 процентов. Дифференцированная шкала подоходного налога действует и на Украине, в государствах Балтии, Чехии, Болгарии, Румынии и Черногории. А вот страны Андорра, Бахрейн, Кувейт, Катар, Каймановы острова и ряд других вообще не имеют подоходного налога [3].

Во многих странах изначально была практика действия налога на роскошь, но потом была отменена в силу ряда факторов. Например, в Швеции налог на роскошь был отменен из-за мнения правительства, что налог на роскошь провоцирует высокий уровень капитала и не способствует инвестированию, тормозя предпринимательскую активность.

Во Франции недовольство многих состоятельных граждан, имеющих дорогостоящие предметы имущества, платят налог независимо от их ежегодных

доходов. То есть, приобретя дорогое имущество однажды, они будут платить за него каждый год независимо от их доходов. Не каждый гражданин захочет расстаться с дорогим ему имуществом, только из-за того, что доходы снизились, а налоги платить нужно по завышенным ставкам.

Таким образом, опыт зарубежных стран также раскрывает проблемы налога на роскошь.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье рассмотрены насущные вопросы актуальности введения налога на роскошь в нашей стране. Несомненно, слово роскошь и предметы роскоши всегда вызывали противоречивые мнения у разных слоев общества. Причем негативные суждения о роскоши присутствовали и у состоявшихся крупных ученых, политических деятелей, экономистов и крупных предпринимателей. А бедные люди, познавшие всю сущность нищеты, но стремящиеся к получению различных благ вносили в понятие роскошь свои положительные качества посредством представления картины счастья от использования предметов роскоши.

Нужен ли налог на роскошь в нашей стране? Если рассуждать с точки зрения дифференциации доходов и расходов населения, то, наверное, да. Но тогда необходимо дифференцировать другие налоги, так как предпринимателей грабительно заставляют платить их независимо от доходов и конкурентной позиции. Либо государство должно на деле поощрять и развивать малое предпринимательство, если устанавливает барьеры в части уплаты налогов. Тогда введение налога на роскошь будет справедливым.

Как показывает практика зарубежных стран, у налога на роскошь есть свои недостатки, которые не согласуются с доходами владельца роскоши во временном аспекте. Почему человек, приобретший имущество однажды, должен с ним расстаться в случае изменения его доходной части, ведь она может быть и временной.

Говоря о социальном аспекте и внесении в слово роскошь негативного окраса, как-то опускается тот аспект, что предметы роскоши могут быть дорогими как фамильные ценности. Разрушить одним махом можно что угодно, но трудно это потом вернуть. По мнению автора, налогообложение роскоши должно быть разумным и учитывать все факторы, учитывающие современное состояние и прошлые достижения владельца роскоши.

Библиографический список

1. Гостюк М.Т. «Предметы роскоши как экономическая категория». Черновицкий национальный университет. URL: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2010/00633.htm>
2. Ефимов Е.Г. Роскошь как социальный феномен в исследованиях французских и английских авторов XVIII-XIX вв. / Ефимов Е.Г. // Известия Волгоградского государственного технического университета: межвуз. сб. научн. ст. №7(80) /ВолгГТУ. - Волгоград, 2011. - С. 73-77. (Сер. Проблемы социально-гуманитарного знания. Вып. 9)
3. Иванов, А.Е. Налоговые мотивы: ненавязчивое исполнение /А.Е. Иванов// Финанс.. – 2011. – №19(398). – С. 53-55.
4. Иванов, А.Е. Оценка активов и обязательств по справедливой стоимости: теперь и в России /А.Е. Иванов, Е.М. Лушпина// Строительный комплекс: Экономика управление и инвестиции: Сборник научных трудов. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012. – С. 91-93.
5. Никишкин В.В. «Роскошь- источник благополучия. Будущее глобальной экономики». Журнал «Управление каналами дистрибуции». РЭА им. Плеханова. URL: <http://www.marketologi.ru/publikatsii/retsenzii/roskosh-istochnik-blagopoluchija-budushhee-globalnojj-ekonomiki/>
6. Проект Федерального закона «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации, изменения в статью 13 части первой Налогового кодекса Российской Федерации и изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации (в части введения налога на объекты роскоши)».
7. Рамаманова Б.К. «Социальный аспект налога на роскошь». URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2013/1/ekonomika/ramazanova.pdf

ABOUT THE TAX TO LUXURY

Gorodilova I.A.
graduate student of chair «Economics, Management and Investment»
South Ural State University
e-mail: irinagorod74@list.ru

Abstract. *In article historical development of a social and economic phenomenon "luxury" and economic essence of the taxation of luxury is investigated. Authors generalise foreign practice of the state application of the tax to luxury, approaches to calculation of the given tax and an establishment of tax rates.*

Keywords: *the tax, luxury, the taxation, the rate*