

[Nazaj k članku](#)

objavljeno [28.9.08](#) 10:58

Kako zabavo spraviti v stroške podjetja



[Polona Urh](#)
[vsi članki](#)
[avtorja](#)

Pogledali smo, na kakšne načine je stroške zabav mogoče evidentirati računovodsko

Vprašanje

1. Kam knjižiti zabavo?
2. Kaj pomeni zabava iz davčnega vidika, torej ali je to možno uvrstiti med donacije, sponzorstvo in podobno iz davčnega vidika?

Stroške zabav, ki jih organizira ali plača podjetje, je računovodsko mogoče evidentirati na različne načine. Pomembno je, kdo je udeleženec zabave, zakaj podjetje zabavo plača in kakšne so druge okoliščine tega poslovnega dogodka. Vsi ti dejavniki tudi vplivajo na to, kakšna bo davčna obravnava stroška zabave. Poglejmo različne možnosti:

Reprezentanca

Za stroške reprezentance se štejejo stroški za pogostitev, zabavo ter darila ob poslovnih stikih podjetja s poslovnimi partnerji. Ob pogostitvi poslovnih partnerjev se stroški zabave v okviru stroškov reprezentance lahko upoštevajo na podlagi računov, ki skupaj z drugo dokumentacijo verodostojno dokazujejo, da so stroški dejansko nastali v razmerju s poslovnimi partnerji.

Kakršnakoli plačila brez računa ne morejo biti upoštevana med stroški reprezentance. V skladu z zakonom o davku od dohodkov pravnih oseb se stroški reprezentance priznajo v višini 50 odstotkov, v skladu z zakonom o DDV pa si od teh stroškov ni dovoljeno odbiti DDV.

Pomembno je poudariti, da lahko reprezentančni stroški nastajajo le v razmerju s poslovnimi partnerji in ne zaradi notranjih potreb pravne osebe ali drugih oseb, ki niso poslovni partnerji podjetja.

Donacija

Če torej podjetje plača zabavo, ki je ni mogoče opredeliti kot zabavo za poslovne partnerje, potem tega stroška ne more uvrstiti med reprezentančne stroške. Če gre za zabavo, ki jo podjetje podari določeni politični stranki ali drugi nepridobitni organizaciji, velja razmisliti o sklenitvi pogodbe o donatorstvu.

V tem primeru bi plačilo zabave veljalo za donacijo v naravi - torej za donacijo, ki ni dana v denarju, ampak v obliki storitve. Donacije sicer veljajo za davčno nepriznan odhodek, vendar pa podjetja za donacije lahko koristijo davčne olajšave. Za izplačila v denarju ali v naravi političnim strankam se davčna olajšava prizna največ do zneska, ki je enak trikratni povprečni mesečni plači na zaposlenega pri zavezancu, vendar največ do višine davčne osnove v obdobju.

Pri izplačilih za humanitarne, invalidske, socialno varstvene, dobrodelne, znanstvene, vzgojnoizobraževalne, zdravstvene, športne, kulturne, ekološke in religiozne namene pa se olajšava prizna do 0,3 odstotka obdavčenega prihodka davčnega obdobja, vendar ponovno največ do višine davčne osnove.

Poleg tega morajo biti organizacije, ki jim izplačamo donacijo, po posebnih predpisih ustanovljene za opravljanje navedenih dejavnosti kot nepridobitnih dejavnosti. Velja opozoriti še, da se donacija fizični osebi ne more uveljaviti kot davčna olajšava, prav tako pa taka donacija zapade obdavčitvi z dohodnino.

Sponzorstvo in reklama

Namesto pogodbe o donatorstvu je mogoče skleniti pogodbo o sponzorstvu. Če v primeru plačila zabave kot donacije ne pričakujemo nikakršne protiusluge, pa v primeru sponzorstva temu ni tako.

V sponzorski pogodbi se lahko dogovori, da podjetje plača zabavo, kot protiuslugo pa organizator zabave podjetju omogoči propagiranje podjetja oziroma njegovih izdelkov/storitev med udeleženci zabave. V tem primeru bi strošek zabave veljal za strošek reklame in bi ga tudi v celoti lahko vključili med davčno priznane odhodke. Pri tem je seveda treba poskrbeti, da bo strošek te reklame mogoče argumentirati v luči definicije, kaj reklama sploh je: reklamiranje se v gospodarstvu označuje kot vizualno, akustično, kombinirano ali kakršnokoli drugo organizirano širjenje in populariziranje proizvodov in storitev preko sredstev ekonomske propagande in publicitete zaradi pridobitve kupcev oziroma potrošnikov.

S propagandnim sporočilom se v kakršnikoli obliki in na kakršenkoli način izvabi pozornost, interes, vtis v spomin, želja in končno odločitev potrošnika za nakup. Propagiranje v tržnem gospodarstvu je nujna in neobhodna oblika dejavnosti gospodarskega subjekta, ki želi sploh plasirati svoje proizvode in storitve na trgu potrošnikom, saj se ti lahko odločijo zanje le, če so z njimi in z njihovimi lastnostmi seznanjeni.

Zabava kot podkupnina

Podkupnina je oblika premoženjske koristi, dane fizičnim ali pravnim osebam zato, da nastane oziroma ne nastane določen dogodek, ki drugače ne bi, primeroma, da se hitreje ali ugodneje opravi ali opusti določeno dejanje.

Podkupovanje je načeloma prepovedano, zato je zanimivo, da zakon o davku od dohodkov pravnih oseb stroške podkupnin kljub vsemu obravnava. Plačilo zabave

določenim osebam bi zato teoretično lahko opredelili in knjižili tudi kot podkupnino za namene lažjega pridobivanja poslov in s tem prihodkov. Bi pa kljub temu bil strošek zabave v tem primeru v celoti davčno nepriznan.

Odgovore je pripravila Polona Urh, direktorica skupine Replika