

Adóalap növelő tételek az év végén – 2.rész

A bérleti díjakra és ezekhez hasonló díjakra vonatkozó szabályozás után **ebben a cikkben a marketinges kiadásokkal foglalkozom.**

Marketing tanulmányokra és piackutatásra fordított kiadások csupán a kifizetésük után érvényesíthetők adókölségként

Erről az 595/2004 számú jövedelemadó törvény rendelkezik a 17.§ 19. bekezdése c) pontjában. Ellenkező esetben adóalap növelő tételként hozzá kell számítani ezeket az összegeket a gazdasági eredményhez.

A szolgáltatás értékesítőjénél is csak abban az esetben képezi az adóalap részét, ha a gazdálkodási év végéig befolyt a bevétel. Egyébként adóalap csökkentő tételként kell érvényesíteni a hitelező részéről.

A szlovák jövedelemadó törvény nem határozza meg a „marketing tanulmány” és a „piackutatás” kifejezéseket. Marketing tanulmány megnevezés alatt olyan dokumentumot lehet érteni, amely célja kideríteni, hogy egy adott termék vagy szolgáltatás megvalósítható-e az adott piacon az adóalany számára. Piackutatásként nevezhető olyan tevékenység, amely információ gyűjtésére irányul egy új piac meghódítása céljából vagy egy új termék bevezetése esetén.

A marketing tanulmány és a piackutatás elnevezésektől meg kell különböztetni a reklám kifejezést, amely fizetett szolgáltatás propagálás céljából, hogy megnövelje a cég bevételét. A reklámkölségek teljes egészében elismert adókölségek a szlovák jövedelemadó törvényben, amennyiben megfelelnek a törvényben megszabott feltételeknek. A reklámra fordított kiadások érvényesítése esetén adókölségként nem feltétel, hogy év végéig ki is legyenek fizetve.

További szakmai cikkeket a www.vallalkozasszlovakiaban.hu oldalon találhat.

Szerző: Janok Júlia – Szlovákiai vállalkozások szakértője, 2017.01.29.

