

Sponsorēšana un nodokļu piemērošanas nianes 1/38/21



Vecākā konsultante nodokļu konsultāciju
nodaļā, PwC Latvija
Tatjana Klimoviča

Sabiedriskā labuma organizāciju (SLO) likumā ir ietverta ziedojuuma definīcija, taču sponsorēšanas jēdziens nav definēts. Praksē uzņēmumus, kas sponsorē kādu no SLO organizētajiem pasākumiem, varētu interesēt, vai nodokļu piemērošana sponsorēšanai ir tāda pati kā ziedojujam. Šajā rakstā – par nodokļu niansem SLO sponsorēšanas gadījumā.

Sponsorēšanas darījuma būtība

Sponsorēšanas jēdziens nav skaidrots ne **SLO likumā**, ne citos normatīvajos aktos. Pēc būtības sponsorēšana ir darījums, kas ir savstarpēji izdevīgs gan sponsorējuma saņēmējam, gan sponsorētājam. Proti, pēc savstarpējas vienošanās darījuma viena puse sniedz finanšu atbalstu otrai pusei, saņemot pretī pakalpojumu. Parasti pakalpojums ir saistīts ar reklāmas rakstura darbībām (produktu un uzņēmuma reklamēšana) vai reprezentācijas rakstura darbībām (uzņēmuma reprezentācija pasākuma laikā).

Saskaņā ar **SLO likuma 9. pantu** ziedojuums ir mantas vai finanšu līdzekļu nodošana SLO bez atlīdzības, pamatojoties uz savstarpēju vienošanos, SLO statūtos norādīto mērķu sasniegšanai.

Tādējādi ziedojuums un sponsorēšana pēc būtības ir atšķirīgi jēdzieni, un svarīgi izprast, ka katrā situācijā nodokļu piemērošana ir atšķirīga.

UIN un PVN piemērošanas aspekti

Sniedzot finanšu atbalstu SLO, ir svarīgi nodalīt ziedojumu no sponsorēšanas. **UIN likuma 8. panta** pirmajā daļā ir noteikts, ka, identificējot ar saimniecisko darbību nesaistītus izdevumus, tos vērtē ne tikai atbilstoši darījuma juridiskajai formai, bet arī ekonomiskajai būtībai. Slēdzot līgumu, jāpievērš uzmanība tam, cik skaidri ir izklāstīti līguma noteikumi, lai trešajai personai būtu saprotama darījuma būtība. SLO pretpienākumam pret uzņēmumu jābūt skaidri noformulētam, proti, kāds pakalpojums tiks saņemts.

Tādējādi nodokļu piemērošanas kārtību nosaka gan saņemtā pakalpojuma būtība, gan tas, vai pakalpojums ir nepieciešams uzņēmuma saimnieciskās darbības nodrošināšanai.

Ja uzņēmums, pārskaitot finanšu līdzekļus SLO, pretī saņem reklāmas pakalpojumus, tad pēc būtības uzņēmumam rodas reklāmas izmaksas, kas ir saistītas ar tā saimniecisko darbību un nav UIN objekts, turklāt uzņēmums var atskaitīt samaksāto priekšnodokli.

Savukārt, ja pretī tiek saņemti reprezentācijas pakalpojumi, tad uzņēmumam rodas reprezentācijas izmaksas. Šajā gadījumā ar UIN jāapliek pārsniegums pār UIN likumā noteikto limitu (5%) un jāpiemēro priekšnodokļa atskaitīšanas ierobežojumi par reprezentācijas izdevumiem.

Var būt arī gadījums, kad SLO tiek piešķirti naudas līdzekļi pasākuma organizēšanai, taču pretpakalpojums nav paredzēts vai tiek saņemts pakalpojums, kas nav nepieciešams uzņēmuma saimnieciskās darbības

nodrošināšanai. Tādā gadījumā minētie izdevumi ir UIN objekts, jo sponsorēšanas izmaksas atbilst ar saimniecisko darbību nesaistītu izdevumu definīcijai, un samaksātais priekšnodoklis nav atskaitāms.

Tātad, ja uzņēmuma sponsorēšanas izmaksas nav ziedojumi UIN likuma izpratnē, tām nepiemēro **UIN likuma 12. panta** pirmajā daļā noteikto UIN atvieglojumu.