

4. Sponzoring

Sponzoring možno charakterizovať ako poskytovanie peňažných i nepeňažných darov organizáciám tzv. neziskového sektora (daňovníkom, ktorí nie sú založení alebo zriadení na podnikanie podľa § 12 ods. 3 ZDP). Pretože vymedzujúca definícia sponzoringu trvalo absentuje v slovenských právnych predpisoch, sponzoringom je potrebné chápať na účely zákona o dani z príjmov darovanie. Takisto častokrát používaný pojem sponzorská zmluva ako osobitný typ zmluvy nie je v našom právnom poriadku upravená. Sponzorstvu ako určitému príspevku na konkrétny účel (vzdelávanie, veda, šport, dobročinné akcie) sa najviac približuje darovacia zmluva upravená v § 628 a nasl. ObčZ, pričom klasický sponzoring sa touto zmluvou realizuje.

Takáto darovacia zmluva môže vzniknúť v princípe dvomi spôsobmi:

- prejavom vôle darcu a obdarovaného spojeným so skutočným odovzdaním a prevzatím predmetu darovania,
- písomným sľubom darcu poskytnúť istý majetkový prospech obdarovanému.

Písomná forma darovacej zmluvy je nevyhnutnou podmienkou pri darovaní nehnuteľnosti, ako aj pri hnuteľnej veci, ak nedôjde k odovzdaniu a prevzatíu veci pri darovaní.

Zákon o dani z príjmov neumožňuje uplatniť si hodnotu poskytnutého daru do daňových výdavkov, a to ani formou odpočítateľnej položky, ako tomu bolo do 31. 12. 2003. V princípe tak existuje už len jeden spôsob, ako sa pomoc podnikateľa neziskovým organizáciám prostredníctvom peňažných, resp. nepeňažných sponzorských darov môže zohľadniť v jeho výsledku hospodárenia – a to vo forme zníženia základu dane len prostredníctvom výdavkov na reklamu podľa podmienok uvedených v § 19 ods. 2 písm. k) ZDP (poskytovaním prostriedkov na základe zmluvy o reklame).

Spoločnosť s r.o. podniká v oblasti stavebníctva. Táto poskytla miestnemu futbalovému klubu (právnická osoba – občianske združenie) určitý finančný príspevok na jeho činnosť. Aký bude najvýhodnejší spôsob zabezpečenia daňového zhodnotenia finančného príspevku?

Na konkrétne posúdenie načrtnutého problému budeme uvažovať o finančnom príspevku vo výške 7 000 €. Predpokladajme ďalej, že spoločnosť STAVBA dosiahne v podnikaní tieto ekonomické parametre:

- zdaniteľné príjmy 165 000 €,
- výdavky znižujúce základ dane 105 000 €.

Z uvedeného je teda možné očakávať základ dane vo výške 60 000 €. To znamená, že za predpokladu neposkytnutia žiadneho príspevku miestnemu futbalovému klubu by s.r.o. zaplatila za príslušné zdaňovacie obdobie daň z príjmu vo výške 11 400 €.

Alternatíva (A) – sponzorský dar

Keďže v zmysle ZDP nemožno od základu dane odpočítať hodnotu darov poskytnutých v zdaňovacom období obciam a iným právnickým osobám so sídlom na území SR na telovýchovné a športové účely, je zrejme, že s.r.o. by aj pri poskytnutí sponzorského daru zaplatila daň z príjmu v rovnakej výške, t.j. 11 400 €. To znamená, že s.r.o. v podstate zaplatí sponzorský dar vo výške 7 000 € na úkor svojho zisku, t.j. zo zisku po zdanení.

Alternatíva (B) – reklama

V prípade, ak by s.r.o. uzatvorila s futbalovým klubom zmluvu o reklame v zmysle § 269 ObchZ, na základe ktorej by sa futbalový klub zaviazal realizovať dohodnuté reklamné aktivity formou napr. nápisov obchodného mena s.r.o. na dresoch športovcov, prípadne zabezpečením zhotovenia a následným vystavením reklamného panelu s obchodným menom firmy pána Jozefa Vrabca na športovisku (t.j. na verejne prístupnom mieste), ktorých náklady na realizáciu by boli vo výške napr. 1 400 €, potom by daňový dopad na s.r.o. bol takýto:

- očakávané zdaniteľné príjmy 165 000 €,
- výdavky znižujúce základ dane 105 000 € + 7 000 € = 112 000 €,
- základ dane 53 000 €.

Pri splnení uvedených predpokladov by s.r.o. zaplatila daň z príjmu vo výške 10 070 €. V danom prípade by teda s.r.o. daňovo efektívne zhodnotila celú poskytnutú sumu 7 000 €.