

Obiad z kontrahentem jako koszt podatkowy

Od kilku lat podatnicy mieli wątpliwości czy poniesione przez nich wydatki związane z poczęstunkiem dla kontrahenta poza siedzibą spółki są podatkowym kosztem uzyskania przychodów. Organy podatkowe konsekwentnie uznawały, że spotkanie z kontrahentem w restauracji nie jest podatkowym kosztem uzyskania przychodów, z kolei podatnicy nie zgadzając się ze stanowiskiem fiskusa dochodzili swoich racji na drodze sądowej. Niestety orzecznictwo sądowe w tym zakresie również nie było jednolite.

Wątpliwości dotyczyły interpretacji art. 16 ust. 1 pkt 28 ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych (odpowiednio art. 23 ust. 1 pkt 23 ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych), zgodnie z którym z kosztów uzyskania przychodów należy wyłączyć wydatki na reprezentację, w szczególności poniesione na usługi gastronomiczne, zakup żywności oraz napojów, w tym alkoholowych.

Ani ustawa o podatku dochodowym od osób prawnych ani żadna inna ustawa podatkowa nie definiują pojęcia reprezentacji. Słownikowe rozumienie tego pojęcia nakazuje rozumieć reprezentację jako „okazałość, wystawność, wytworność w czymś sposobie życia, związaną ze stanowiskiem, pozycją społeczną” („Słownik języka polskiego” pod red. M. Szymczaka, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1992). Takie rozumienie definicji było punktem spornym: podatnicy twierdzili, że spotkania z kontrahentami mają charakter biznesowy, ich celem jest zwykle omówienie spraw dotyczących istniejącej współpracy a nie kreowanie wizerunku danej spółki (w konsekwencji nie mają one charakteru reprezentacyjnego). Natomiast organy podatkowe uznawały że wydatki poniesione na organizację spotkań z kontrahentami poza siedzibą firmy (w restauracjach), łączące się z nabywaniem usług gastronomicznych, zakupem posiłków (lunchu, obiadu czy kolacji) nie stanowią wydatków związanych ze zwykłym prowadzeniem działalności, lecz mają charakter reprezentacyjny. W efekcie są to wydatki, które nie mogą zostać uznane za podatkowe koszty uzyskania przychodów.

Na tym tle dochodziło do licznych sporów, którym kres postanowił dać Minister Finansów wydając w dniu 25 listopada 2013 r. interpretację ogólną nr DD6/033/127/SOH/2013/RD120521. Interpretacja ta nawiązuje do wyroku 7 sędziów NSA z dnia 17 czerwca 2013 r. (sygn. akt II FSK 702/11), w którym Sąd uznał, iż w każdym przypadku należy dokonać indywidualnej analizy określonego przypadku celem określenia czy dany wydatek jest kosztem reprezentacji czy też takim kosztem nie jest.

W konsekwencji Minister Finansów uznał, że wydatki na drobne poczęstunki (np. ciastka, paluszki, kanapki), napoje (np. kawa, herbata, woda mineralna, soki), a także posiłki (np. obiady, lunchy), niezależnie od miejsca ich podawania (siedziba podatnika czy też poza nią), podczas prowadzenia rozmów z kontrahentami dotyczących zakresu prowadzonej przez podatników działalności gospodarczej można zaliczyć do kosztów uzyskania przychodów. Kluczowym kryterium uznania wydatku za podatkowy koszt uzyskania przychodu jest spełnienie ogólnych przesłanek z art.15 ust. 1 ustawy o podatku dochodowym od osób

prawnych (odpowiednio art. 22 ust 1 ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych) czyli poniesienie go w celu osiągnięcia, zachowania lub zabezpieczenia źródła przychodów. Nie ma znaczenia miejsce poniesienia wydatku ani też ocena jego okazałości.

Wydanie przez Ministra Finansów interpretacji ogólnej w powyższej kwestii należy oceniać pozytywnie. Wydawane w ostatnim czasie interpretacje podatkowe uwzględniają wytyczne zarówno z powołanego wyroku NSA jak i z interpretacji ogólnej. Niemniej, co wyraźnie podkreślają organy podatkowe, w każdym przypadku należy zbadać czy poniesiony wydatek był racjonalnie uzasadniony oraz czy miał na celu osiągnięcie, zachowanie lub zabezpieczenie źródła przychodów. (np. interpretacja indywidualna DIS w Poznaniu z dnia 28 lutego 2014 r., sygn. akt ILPB3/423-889/10/14-S-1/JG).

W ocenie autora, w kontekście wydanej interpretacji ogólnej, warto przeanalizować dotychczasową praktykę podatników w tym zakresie i zastanowić się nad ewentualną zmianą polityki kwalifikacji wydatków ponoszonych na konsumpcję. Pamiętać przy tym należy, że celem poniesienia wydatku nie może być tworzenie pozytywnego wizerunku firmy.

Autor: Anna Szkudlarek, doradca podatkowy w Kancelarii Prawnej Piszcz i Wspólnicy