



شناسه	قانون-مقررات- دستور جلسه ۱	تاریخ تهیه گزارش	۹۹/۱۱/۱۸
عنوان موضوع	بحث و بررسی درخصوص ماده ۱۴۸ ق.م.م موضوع هزینه تخفیفات و تبلیغات در محاسبه مالیات		
مرجع طرح موضوع	انجمن مدیران صنایع استان		
شرح موضوع	<p>براساس ماده ۱۴۷ ق.م.م: هزینه‌های قابل قبول برای تشخیص درآمد مشمول مالیات به شرحی که ضمن مقررات این قانون مقرر می‌گردد عبارت است از هزینه‌هایی که در حدود متعارف متکی به مدارک بوده و منحصرًا مربوط به تحصیل درآمد موسسه در دوره مالی مربوط با رعایت حد نصاب‌های مقرر باشد. در مواردی که هزینه‌ای در این قانون پیش‌بینی نشده یا بیش از نصاب‌های مقرر در این قانون بوده ولی پرداخت آن به موجب قانون و یا مصوبه هیأت وزیران صورت گرفته باشد قابل قبول خواهد بود. در ماده ۱۴۸ ق.م.م نیز به هزینه‌های قابل قبول مالیاتی اشاره شده است. در بند ۸ ماده ۱۴۸ عنوان شده است: "هزینه‌های تحقیقاتی، آزمایشی و آموزشی، خرید کتاب، نشریات و لوح‌های فشرده، هزینه‌های بازاریابی، تبلیغات و نمایشگاهی مربوط به فعالیت موسسه، براساس آیین‌نامه‌ای که به پیشنهاد سازمان امور مالیاتی کشور به تصویب وزیر امور اقتصادی و دارایی می‌رسد."</p> <p>نظر دفتر فنی سازمان امور مالیاتی درخصوص تخفیفات فروش طبق بند ۵ بخشنامه شماره ۲۴/۹۸/۲۰۰ مورخه ۹۸/۰۳/۲۱ به شرح ذیل می‌باشد:</p> <p>"تخفیفات به عنوان کاهنده حساب درآمد یا فروش حسب مورد بوده و در صورتی که درآمد مورد نظر با رعایت بند (۱۰) استاندارد حسابداری شماره ۳ شناسایی شود، در این صورت تخفیفات اعمال شده در صورت احراز (با بررسی اسناد و مدارک و مستندات مربوط و دفاتر و اسناد و مدارک طرفین) خریدار و فروشنده) و یا سایر روش‌ها) احراز گردد، از نظر مالیاتی قابل پذیرش خواهد بود."</p> <p>در حال حاضر بسیاری از واحدهای تولیدی استان به دلیل عدم پذیرش هزینه‌های مرتبط با تخفیفات و تبلیغات بعنوان هزینه‌های قابل قبول مالیاتی دچار ضررهای فراوان شده‌اند.</p>		
ایرادات و مشکلات مطروحه	<p>- برداشتهای سلیقه‌ای از ماده ۱۴۸ ق.م.م بدلیل عدم تعیین سقف مشخص برای سقف هزینه تخفیفات و تبلیغات</p>		
جمع‌بندی جلسه کارشناسی به تاریخ ۹۹/۱۱/۱۸	<p>جلسه ای با حضور مدیرکل دفتر هماهنگی امور اقتصادی استانداری، مدیرکل سازمان امور مالیاتی، نماینده اتاق در هیئت‌های حل اختلاف، رئیس انجمن مدیران استان و سرپرست شورای گفتگوی استان تشکیل شد.</p> <p>در شرایط فعلی اقتصادی و فضای رقابت قیمتی ایجاد شده که بدلیل افزایش عرضه نسبت به تقاضا در برخی از گروه‌های کالایی می‌باشد، یکی از شیوه‌های بازاریابی و فروش، ارائه انواع تخفیفات به مشتریان می‌باشد. همچنین اهمیت تبلیغات در فرایند فروش نیز بر هیچکس پوشیده نیست. از سوی دیگر سقف مشخصی برای هزینه‌های تخفیفات و تبلیغات مشخص نشده است و صرفاً به بیان عرف در تبلیغات و تخفیفات بسنده شده است، که این موضوع موجب ایجاد برداشتهای سلیقه‌ای در میان ممیزان مالیاتی در پذیرش این هزینه‌ها بعنوان هزینه‌های قابل قبول شده است. در این راستا و به منظور رفع مشکلات و برداشتهای سلیقه‌ای مقرر گردید:</p>		



<p>۱- تشکیل کمیته با حضور نمایندگان سازمان امور مالیاتی، استانداری، اتاق بازرگانی به منظور تعیین میزان عرف برای هزینه تخفیفات و تبلیغات</p>	<p>پیشنهادات</p>
<p>ماده ۱۴۷ و ۱۴۸ ق.م.م بخشنامه شماره ۲۰۰/۹۸/۲۴ مورخه ۹۸/۰۳/۲۱</p>	<p>فهرست مستندات و مدارک پشتوانه</p>