Könyvelői feladatok - a reklámadó kapcsán

Amikor egy új jogszabály napvilágot lát, a könyvelőnek számba kell vennie, milyen feladatok is várnak rá az elkövetkezendő időszakban. A reklámadóval kapcsolatosan is bőven van teendő! Sőt, talán még nagyobb energiát kell a feladatokhoz befektetni, mint általában. Ennek oka egyrészről, hogy a jogszabály megjelenése a szabadságokkal terhelt nyárra esett, amikor a vállalkozók nagy része békésen a szabadságát töltötte, így legkevésbé sem érdekelte őket egy újabb adótörvény. Másrészről a jogszabály is elég szokatlan tartalmi, formai, illetve jogtechnikai megoldásokat tartalmaz.

Most konkrétan a reklámadóra fókuszálunk, de az alábbiakban felsorolt feladatok akár minden új jogszabálynál előkerülhetnek. Vegyük sorra a könyvelőre váró feladatokat!
1. Meg kell ismerkedni a jogszabály szövegével. A reklámadóról szóló 2014. évi XXII. törvény első olvasatra kemény diónak ígérkezik. Többszöri nekifutást, illetve a hozzá tartozó magyarázó anyagoknak az elolvasását, mély átgondolását igényli. Ide tartoznak a kapcsolódó jogszabályok is, mint az ún. „médiatörvény", vagy a „reklámtörvény". A reklámadóval kapcsolatosan nagyon (sőt szokatlanul) korán napvilágot látott NAV értelmező állásfoglalása (66. információs füzetek). S ne feledkezzünk meg a szakmai sajtóban szinte napi szinten felbukkanó cikkekről sem.

2. Ha már tisztában vagyunk a jogszabállyal, illetve annak mélyebb kapcsolataival, akkor végig kell gondolnunk az ügyfél-tájékoztatás módját. Célszerű áttekinteni, mely vállalatok érintettek az ügyfélkörben. A könyvelő saját tájékoztatási rendszerének megfelelően el kell készíteni az információs anyagot. A sok éves tapasztalat most is bejött - mivel a reklámadó törvény megjelenése a nyár közepére (uborkaszezonra) esett, az ügyfelek jelentős része nem foglalkozott a kiküldött anyagokkal, sok esetben el sem olvasta azokat. Sokon most, így ősz elején, eszmélnek fel, hogy itt bizony komoly fizetési kötelezettségek is keletkezhetnek náluk.

3. Minden könyvelőnek a napi munka mellett külön időt kell szánni azokra az ügyfelekre, amelyek konkrétan érintettek a törvényben. (Ezek a reklámcégek, médiacégek, kiadók, nagy mennyiségben és értékben reklámozó vállalkozások, stb.) Ezeket a konzultációkat be kell kalkulálni a napi, heti, havi időtervbe – célszerű erre (a mindennapi munka és határidők mellett) időintervallumokat előre foglalni.

4. Egy-egy ilyen konzultáció – a gyakorlat alapján – akár 2-3 óra hosszú is lehet. Sőt, sok esetben egyetlen megbeszélés nem is elég, hiszen számos kapcsolódó kérdés merülhet fel, amelyeket a helyére kell tenni. A könyvelő „a rossz hír hozója", így sok esetben az ügyfél őt tekinti a számára kedvezőtlen hírek forrásának. (Régmúlt korokban gyakori voltak, hogy a rossz hírek hozóját megbüntették, akár le is fejezték. Reméljük, hogy a könyvelőkre nem ez a sors vár!) Ezért a tényszerű tájékoztatás mellett a könyvelőnek elég sok időt és energiát kell fordítania a törvényalkotói szándék, az adózási mechanizmus elmagyarázására, megértetésére. Ezt nehezíti, hogy mindenkivel más és más hangnemben, nyelvezettel, emocionális töltéssel lehet (és kell) ezt megtenni.

5. A könyvelőiroda belső munkaszervezésében is szükséges bizonyos lépéseket megtenni. Bár itt könyvelőirodát említek, de a következőkben láthatjuk, hogy ezek a lépések számos esetben az ügyfél szervezeti struktúráján belül is szervezeti változtatást, plusz feladat előírását, munkafolyamatok átalakítását is jelentik. A reklámadóval kapcsolatosan – a teljesség igénye nélkül - a következőkre kell gondolni:

- Meg kell ismerni, hogy az ügyfélnél ki az a személy, aki a reklámtevékenységet kézben tartja. (Nevezzük őt reklám-referensnek) Ő fogja tudni a könyvelőnek megmondani, ki is valójában a reklámtörvény szerinti közzétevő. Ez fontos, hiszen első megközelítésben ő lesz a reklámadó alanya, illetve tőle várunk nyilatkozatot! A reklám-referens lehet a cég alkalmazottja vagy külső tanácsadó.
- Nagyon fontos az ügyfelünk tevékenységének az ismerete. Át kell tekinteni, mely könyvelési tételeknél, illetve mely partnerekkel kapcsolatosan merülhet fel a reklámadó. (Minek van reklámadó szaga?)
- Meg kell határozni, hogy ki gyűjti be, rendszerezi, archiválja a nyilatkozatokat. Célszerű végiggondolni, hogy mi ennek a leghatékonyabb módja.
- Meg kell szervezni az analitikus nyilvántartást, amelyekkel a nyilatkozatokat kezeljük. Ezt meg lehet a cégen belül oldani, de lehet a könyvelés keretei között is - bár ez utóbbi esetben biztosítani kell a könyvelő megfelelő informálást. A könyvelő nem ismeri a szerződések tartalmát, nem tudja, hogy valójában milyen szolgáltatást is végzett az ügyfél reklámszolgáltatója, s abból mi számít adóztatandó közzétételnek. A számlán lévő nyilatkozatot ugyan látja a könyvelő, de tudjuk, hogy nyilatkozat lehet a szerződésbe foglalva is vagy kóricálhat külön dokumentumként is.
- A számlatükörbe, illetve a számlarendbe fel kell venni az új főkönyvi számokat. (4-es számlaosztályba adófizetési kötelezettséget, 8-as számlaosztályba a ráfordítást.)

6. A reklámadóval kapcsolatosan (is) a könyvelőre háruló egyedi feladatokat és a folyamatos többletmunkaigényeket előzetesen fel kell mérni és erre vonatkozóan az árat is ki kell alakítani. (Szerencsés helyzetben vannak azok a könyvelők, akiknek a kialkudott díjába belefér a reklámadóval, vagy bármilyen más új feladattal kapcsolatosan felmerülő többletmunka.) Kiindulási pontként a tervezett időráfordítás és a könyvelő rezsióradíja szolgálhat.

7. A könyvelési szerződésben, az ÁSZF-ben, vagy bármely más olyan dokumentumban, amely a könyvelő és az ügyfél közötti munkamegosztást és a hozzá tartozó felelősséget szabályozza, rögzíteni kell az új – jelen esetben a reklámadóval kapcsolatos - feladatokat. Természetesen erről az ügyfelet – utólag bizonyítható módon - tájékoztatni kell.

S a fentiek után kezdődik a folyamatos munka. Ezek:

- A számlák és az ügyletek folyamatos figyelése a reklámadó szempontjából.
- Az analitikában való rögzítés.
- Minden hónapban a tárgyhót követő 20-ig az összesítés elkészítése arról, hogy volt-e arra a hónapra vonatkozóan bevallási kötelezettség.
- Ha arra a hónapra adófizetésre kötelezett az ügyfél, akkor jön a bevallás elkészítése, elküldése, a fizetendő adóról való tájékoztatás kiküldése.
- S ne feledkezzünk meg a jószándékú nyomozásról sem, amellyel a könyvelő a „reklámadó-gyanús”, de nyilatkozattal nem rendelkező számlák, ügyletek után ered, hogy kiderítse a valós „közzétevő” személyét vagy megóvja ügyfelét a keletkező társasági adó többlettől.

Mondhatnánk, hogy „feladat csak ennyi …”