

23. 2. 2024

Veďte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Daňové kontroly na jinak spojené osoby

Finanční úřady se v posledních letech velmi aktivně zaměřují na kontrolu transakcí mezi přeshraničně kapitálově spojenými osobami.

Tato informace již určitě nikoho nepřekvapí, ale v poslední době se objevuje čím dál více případů daňových kontrol zaměřených na tuzemské transakce tzv. jinak spojených osob, které údajně vytvořily obchodní vztah pouze za účelem snížení základu daně nebo zvýšení daňové ztráty (tzv. umělé spojení).

V takovém případě (pokud to tedy správce daně prokáže) se na takové společnosti nahlíží jako na spojené se všemi souvisejícími zákonnými povinnostmi včetně prokázání ceny obvyklé na trhu ve vzájemných transakcích. V poslední době je již dokonce k dispozici opakovaná judikatura Nejvyššího správního soudu k takovýmto vztahům.

V praxi se nejčastěji jedná o případy nákupu a přeprodeje reklamních služeb, kdy v řetězci transakcí je jeden nebo více zprostředkovatelů reklamních služeb. Pokud ze strany těchto zprostředkovatelů dochází k významnému nebo dokonce několikanásobnému navýšení původní ceny reklamní služby bez racionálně vysvětlitelné přidané hodnoty zprostředkovatele, nebudí tento řetězec transakcí příliš velkou důvěru u správce daně, který klasifikuje tuto situaci jako transakci jinak spojených osob a určuje cenu obvyklou pro takovou reklamní službu. Při tomto určení vychází z ceny reklamní služby od původního dodavatele v řetězci, příp. ceny mírně navýšené zohledňující určitou přidanou hodnotu a riziko zprostředkovatele. V praxi se tato cena může významně lišit od reálné ceny a vzniklý rozdíl správce daně zpochybní a zvýší o něj základ daně konečného příjemce reklamní služby, jinými slovy sníží jeho náklad na službu.

V každé kauze je však nezbytné zkoumat konkrétní okolnosti, např. roli zprostředkovatele, jeho potřebnost, zdali si reklamní službu nemůže daný subjekt sjednat sám, či zda si ji v minulosti se stejným finálním poskytovatelem nesjednával sám napřímo. Je nutné určit jaké funkce v dané transakci vykonává zprostředkovatel (vyhledání a nasmlouvání finálního poskytovatele reklamy; operativa - zadání reklamy, kontrola plnění). Hodnota odměny zprostředkovatele pak musí reflektovat rozsah jeho funkcí a důležitým faktorem je i hodnota odměny samotného poskytovatele reklamní služby.

Přeprodej reklamních služeb byl jen jeden z příkladů možných transakcí jinak spojených osob s tzv. umělým spojením. V jakémkoliv oboru, pokud při přeprodeji určitého plnění dochází k významnému navýšení ceny, je nutné myslet na toto možné daňové riziko na straně posledního článku řetězce transakcí a na přípravu podkladů k prokázání výše takové ceny a její racionální hodnoty.



Petr Tomeš,
daňový poradce / Associate Partner

Rödl & Partner

[Rödl & Partner Tax, k.s.](#)

Platněřská 2
110 00 Praha 1

Tel.: +420 236 163 111
e-mail: petr.tomes@roedl.com

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Zákon Lugového: jak Rusko přepisuje pravidla mezinárodních arbitráží](#)
- [Novelizace nařízení EU o odlesňování \(EUDR\)](#)
- [Prekluze důvodu neplatnosti VH](#)
- [Jak zahájit provoz mezinárodní letecké linky do České republiky \(EU\): právní požadavky pro aerolinky ze třetích zemí](#)
- [TOP 5 judikátů z korporátního práva za rok 2025](#)
- [Odštěpný závod zahraniční společnosti optikou NIS2: Jak správně určit velikost podniku?](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 31. - létající pořizovatel ve světle nového stavebního zákona](#)
- [SCHEJBAL& PARTNERS stáli u získání jedné z prvních licencí dle MiCA v ČR](#)
- [Proč dnes více než polovina M&A transakcí ve střední Evropě nekončí podpisem](#)
- [Přehnaná, nebo důvodná prevence? Zajištění a utvrzení závazků v praxi](#)
- [Návrh nového zákona o digitální ekonomice](#)