

Popis situace:

Společnost provozuje internetový obchod. Internetové stránky, přes které je obchod realizován nevytvořila sama, ale zakoupila je.

Společnost v souvislosti s provozem internetového obchodu realizovala náklady na:

- překlady do jiného jazyka
- reklamu internetových stránek.

Otázka:

Jsou tyto náklady nákladem běžného účetního období či by měly být časově rozlišeny?

Stanovisko:

Referát metodiky účetnictví a auditu ve spolupráci s výborem pro metodiku Komory auditorů České republiky došel k názoru, že pro posouzení zaúčtování je nutné rozdělit náklady na překlady týkající se internetových stránek do dvou částí. První část tvoří náklady na překlady internetových stránek samých tzn. kostry internetových stránek, která je následně doplňována o informace o nabízeném zboží. Tyto překlady do jiného jazyka jsou nákladem souvisejícím s pořízením internetových stránek jako takových a jejich zaúčtování by mělo korespondovat se zaúčtováním pořizovací ceny internetových stránek.

Druhou část tvoří více či méně pravidelně se opakující náklady na překlady do jiného jazyka, které obsahují informace o zboží nabízeném na internetových stránkách. Zde se jedná se o náklady, které by měly být zaúčtovány do nákladů společnosti v běžném období, pokud se nejedná o výdaje hrazené za období, jež přesahuje účetní. Ty by bylo nutné v souladu s ustanovením § 3 odst. 1 (akruální princip) zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, časově rozlišit do příslušného počtu účetních období např. s měsíční přesností.

Domníváme se, že se u výdajů vynaložených na reklamu internetových stránek se jedná o náklady běžného účetního období, protože vzhledem k typu činnosti společnosti lze očekávat, že se za první bude jednat o pravidelně se opakující výdaje a dále že společnost nebude schopna prokázat, které náklady vynaložené na reklamu přímo souvisí s konkrétními výnosy.