

Số: 2074/TCT-PCCS

Hà nội, ngày 12 tháng 6 năm 2006.

V/v: chi phí quảng cáo, khuyến mại.

Kính gửi: Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh.

Trả lời công văn số 3051/UBND-TM ngày 15/5/2006 của Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh hỏi về việc tăng chi phí quảng cáo, khuyến mại cho doanh nghiệp tư nhân SAPUWA, Tổng cục thuế có ý kiến như sau:

Tại điểm 11 mục III Phần B Thông tư số 99/1998/TT-BTC ngày 14/7/1998 của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế TNDN có quy định: "11. Chi phí quảng cáo, tiếp thị, khuyến mại, tiếp tân, khánh tiết, chi phí giao dịch, đối ngoại, chi phí hội nghị và các loại chi phí khác phải có chứng từ theo qui định của Bộ Tài chính, gắn với kết quả kinh doanh, không vượt mức không chế qui định dưới đây:

- Các ngành sản xuất, xây dựng vận tải mới thành lập đi vào sản xuất trong 2 năm đầu không quá 7% trên tổng số chi phí đã liệt kê trên, sau đó không quá 5% trên tổng chi phí đã liệt kê trên.

- Đối với hoạt động kinh doanh thương nghiệp, ăn uống, dịch vụ trong 2 năm đầu mới thành lập không quá 7% trên tổng chi phí đã liệt kê trên (trừ giá mua vào của hàng hoá bán ra), sau đó không quá 5% trên tổng chi phí đã liệt kê trên (trừ giá mua vào của hàng hoá bán ra)".

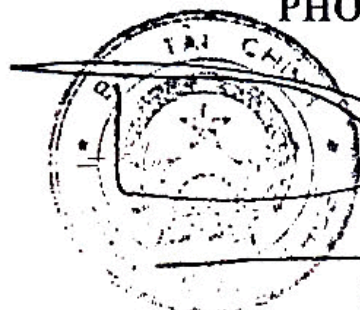
Căn cứ vào hướng dẫn nêu trên, trong năm 1999, 2000 doanh nghiệp tư nhân nước uống tinh khiết SAPUWA có chi phí xúc tiến quảng bá thương hiệu, quảng cáo, khuyến mại thì các chi phí hợp lý được trừ khi xác định thu nhập chịu thuế thực hiện theo mức không chế trong 2 năm đầu mới thành lập và thời gian sau đó theo quy định trên.

Tổng cục thuế trả lời đề Ủy ban nhân dân TP.HCM được biết./.

Nơi nhận:

- Như trên.
- Cục thuế TP.HCM.
- Lưu VT; PCCS(2b).5

KT. TỔNG CỤC TRƯỞNG
PHÓ TỔNG CỤC TRƯỞNG



Phạm Duy Khương