

Nr 859

Av herr Nilsson i Svalöv m. fl., i anledning av Kungl. Maj:ts proposition nr 96, med förslag till lag om ändrad lydelse av punkt 1 av anvisningarna till 20 § kommunalskattelagen den 28 september 1928 (nr 370), m. m.

(Lika lydande med motion nr 701 i Första kammaren)

I proposition nr 96 framlägges förslag till vissa åtgärder i syfte att förhindra missbruk i fråga om rätten till avdrag vid inkomsttaxeringen för utgifter för representation och liknande ändamål. Enligt förslaget skall i kommunalskattelagen blott angivas den allmänna förutsättningen för att dylika kostnader skall vara avdragsgilla, medan kompletterande anvisningar skall utfärdas av riksskattenämnden. Det föreslås vidare en väsentlig ökning av uppgiftsskyldigheten beträffande representationskostnaderna.

Enligt vår uppfattning är förslaget väl motiverat. Det kan förutsättas att den obligatoriska uppgiftsskyldigheten skall leda till en minskning av de missbruk som nu otvivelaktigt förekommer, såväl vad gäller enskilda som offentliga företag. Vi räknar det också såsom en förtjänst att departementschefen gått försiktigt fram och, såsom anföres i propositionen, velat tillse, »att tillämpningen av anvisningarna inte ställer alltför stora krav på skattskyldiga och taxeringsmyndigheter och att man med bestämmelserna åsyftar att förhindra missbruk och inte att vägra avdrag för kostnader som från kommersiella eller andra synpunkter framstår som klart motiverade».

Från angivna utgångspunkter vill vi ifrågasätta huruvida den föreslagna lydelsen av 26 § 8) taxeringsförordningen är ändamålsenlig. Denna punkt stadgar skyldighet att uppge kostnader för »annan reklam än annonsering».

Syftet härmed torde vara att komma åt sådana kostnader som av skattskyldig hänförts till reklamkostnader men vilka i verkligheten utgjort levnadskostnader eller förtäckt gåva. Enligt vår uppfattning skulle man emellertid kunna klara detta problem utan en så omfattande uppgiftsskyldighet som den bestämmelsen förutsätter. För många företagare utgör annonsering blott en ringa del av reklamåtgärderna. Såsom exempel på vad som må betecknas såsom legitim reklam kan nämnas utsändande av kataloger, broschyrer och andra trycksaker, utsändande av varuprov eller tillhandahållande av prov för avsmakning av matvara, förevisande av demonstrationsmateriel, affischering, utsändande av sandwich-män m. m. Någon anledning att begära specifikation av kostnaderna för reklam av denna art synes

knappast föreligga. Om därför nyssnämnda bestämmelse rörande uppgiftsskyldigheten skall utformas så att däri inskrives undantag, bör enligt vår mening en väsentlig utökning ske av undantagen. Detta skulle vara till båt-
nad ej blott för de skattskyldiga utan även för taxeringsmyndigheterna.

Att märka är emellertid att begreppet reklam i och för sig innefattar en mängd åtgärder, varför tolkningen av bestämmelsen kan bli mycket besvärlig för såväl skattskyldiga som taxeringsmyndigheter om precisering ej sker. Man kan exempelvis fråga sig huruvida neonskyltar, skyltfönster och skyltskåp o. d. är att hänföra till butiks- eller reklamkostnader. På grund härav och med tanke på att taxeringsmyndigheterna knappast kan vara betjänta av att få uppgift på en omfattande klumpsomma rörande skilda utgifter vill vi ifrågasätta, om det inte vore lämpligare att utforma bestämmelsen så, att däri angåves vilka reklamkostnader som särskilt borde specificeras av den skattskyldige.

Vi åberopar det anförda och hemställer,

att riksdagen måtte antaga Kungl. Maj:ts förslag enligt proposition nr 96 med den ändringen beträffande 26 § 8) taxeringsförordningen, att uppgiftsskyldighet beträffande kostnader för reklam begränsas i enlighet med vad i motionen anförts.

Stockholm den 17 april 1963

Eric Nilsson
i Svalöv

Rolf Eliasson

Tage Magnusson
i Borås

Bo Turesson