

Kontroly influencerov a tvorcov digitálneho obsahu: finančná správa sa zameria na ich príjmy

7.7.2026 - | Podnikajte.sk

Finančná správa preverí plnenie daňových a registračných povinností osôb, ktoré dosahujú príjmy prostredníctvom sociálnych sietí a online platforiem. Ako sa pripraviť a na čo sa zamerať?

Influenceri sa v posledných rokoch stali významnou súčasťou digitálnej ekonomiky. Prostredníctvom sociálnych sietí oslovujú tisíce až státisíce ľudí a ich činnosť predstavuje **plnohodnotnú ekonomickú aktivitu**. Daňový poradca zo Slovenskej komory daňových poradcov (SKDP) Radovan Ihnát dopĺňa, že v súčasnosti predstavujú digitálni tvorcovia **jeden z primárnych marketingových nástrojov** pre klientov (firmy).

S ich pribúdajúcim počtom však rastie aj potreba dôsledného plnenia daňových povinností. Preto sa finančná správa rozhodla na takéto osoby zamerať a spúšťa celoslovenskú kontrolnú akciu.

Autorská tvorba vs podnikanie na internete

Pri posudzovaní daňových povinností je podľa finančnej správy dôležité rozlišovať medzi **autorskou tvorbou a podnikaním**.

Ak influencer vytvára originálny obsah vo forme fotografií, videí alebo textov, môže ísť o príjmy podľa **autorského zákona**, pričom **živnostenské oprávnenie nie je potrebné**. Aj tieto príjmy však **podliehajú zdaneniu**.

Naopak, reklamná činnosť, propagácia produktov, affiliate marketing či predaj vlastných výrobkov a služieb spravidla predstavujú **podnikateľskú činnosť**, na ktorú je potrebné **príslušné oprávnenie** a vzťahujú sa na ňu všetky zákonné povinnosti.

R. Ihnát upozorňuje, že z pohľadu zákona **nie je podstatné, ako sa influencer označuje** – či sa za podnikateľa považuje, alebo nie. Rozhodujúce je, či dosahuje zdaniteľný príjem a ako sa tento príjem klasifikuje pre účely dane z príjmov. „Inými slovami, subjektívny pocit „ja nie som podnikateľ“ nehrá rolu. Dôležité je, či ide o činnosť, ktorá prináša protihodnotu a tento príjem je zdaniteľný, teda je predmetom dane a nie je od dane oslobodený.“

Povinnosť zdať príjmy z online prostredia - započítať treba aj barter či dary

Zdaňovanie príjmov z online prostredia je povinnosťou digitálnych tvorcov a **nezáleží na tom, či ide o príjem vyplatený v peniazoch, alebo formou tovaru/služby**. „Mnoho mladých tvorcov na internete si stále neuvedomuje, že aj **produkty „zadarmo“ majú svoju hodnotu** a ak sú poskytnuté za protihodnotu, napríklad reklamný post, ide o príjem, ktorý treba zdať,“ vysvetľuje daňový poradca zo Slovenskej komory daňových poradcov (SKDP) Radovan Ihnát.

Ďalej uvádza, že zdaneniu podlieha aj tzv. nepeňažný príjem (barter), teda produkty poskytnuté

výmenou za príspevok na sociálnej sieti, taktiež darčeky od firiem, ak sú poskytnuté za protihodnotu, alebo služby, ak sú súčasťou spolupráce. R. Ihnát spresňuje, že pokiaľ dostane influencer produkt alebo službu výmenou za propagáciu, musí **zaevidovať ako príjem, a to vo výške jeho obvyklej trhovej hodnoty**.

Myslieť treba zároveň na fakt, že príjmy z platforiem ako YouTube, TikTok, Twitch či OnlyFans alebo cezhraničné spolupráce spadajú pod medzinárodné zdaňovanie. „V niektorých prípadoch treba **zaplatiť daň aj v inom štáte a využiť zmluvu o zamedzení dvojitého zdanenia**,“ vysvetľuje R. Ihnát.

Hranice príjmov pre vznik daňových povinností influencerov a digitálnych tvorcov

Finančná správa pripomína, že za zdaňovacie obdobie roku 2025 vznikla fyzickým osobám **povinnosť podať daňové priznanie**, ak ich zdaniteľné príjmy dosiahli najmenej **2 876,90 eura**.

„Osobitnú pozornosť by mali influenceri venovať aj povinnostiam v oblasti dane z pridanej hodnoty. Ak príjmy influencera v priebehu kalendárneho roka **presiahnu 50 000 eur**, vzniká mu **povinnosť podať žiadosť o registráciu pre DPH do piatich pracovných dní** a platiteľom dane sa stáva od 1. januára nasledujúceho kalendárneho roka,“ informuje finančná správa. Pokiaľ obrat presiahne **62 500 eur** ešte v rovnakom roku, stáva sa **platiteľom DPH okamžite** – a to odo dňa dodania služby, ktorým bol tento obrat prekročený.

Evidencia a archivácia dokumentov či obchodnej komunikácie je kľúčová

Finančná správa zároveň odporúča tvorcom obsahu priebežne **evidovať všetky príjmy vrátane barterových plnení, archivovať zmluvnú dokumentáciu** a komunikáciu s obchodnými partnermi, dbať na **správne právne nastavenie spoluprác** a v prípade nejasností konzultovať svoje daňové povinnosti s odborníkmi.

R. Ihnát dopĺňa, že nakoľko v prípade, že influencer dostane produkt či službu výmenou za propagáciu, pričom musí stanoviť jeho hodnotu a zaevidovať ju ako zdaniteľný príjem, je vhodné mať **k dispozícii zmluvy, e-maily či dohody s partnermi**. „Pri barteroch je vhodné viesť si aspoň **jednoduchú evidenciu** – kto, čo, kedy a v akej hodnote influencerovi poskytol,“ dodáva odborník.

Ak si digitálny tvorca nie je istý, ako správne nastaviť príslušné zmluvy a následne aj daňový režim príjmov z týchto plnení, R. Ihnát odporúča využiť služby právneho a daňového poradcu.

Na čo sa finančná správa zameria pri kontrole?

Finančná správa informuje, že pri kontrolách sa zameria na príjmy plynúce:

- z reklamných spoluprác,
- sponzorovaného obsahu,
- affiliate marketingu,
- barterových plnení,
- predaja vlastných produktov a služieb,
- príjmov z online platforiem,
- darov od fanúšikov či

- predplatného obsahu.

Za porušenie a neplnenie povinností pokuta aj v desiatkach tisíc eur

R. Ihnát upozorňuje, že z pohľadu daní pri porušení alebo nesplnení povinností hrozí influencerovi pokuta podľa daňového poriadku. Napríklad za nepodanie daňového priznania je minimálna hranica pokuty **100 eur a maximálna 30 000 eur**. Okrem toho môže dostať pokutu a úrok z dodatočne vyrubenej dane a úroku z omeškania za neskorú úhradu dane. Sankcie hrozia aj v prípade sociálneho a zdravotného poistenia.

„Online priestor nie je výnimkou z daňových pravidiel. Naším cieľom nie je sankcionovať, ale zabezpečiť rovnaké podmienky pre všetkých podnikateľov bez ohľadu na to, či podnikajú v digitálnom, alebo tradičnom prostredí. Férové podnikateľské prostredie môže fungovať len vtedy, ak všetci dodržiavajú rovnaké pravidlá,“ uviedol prezident finančnej správy Jozef Kiss.

Finančná správa zároveň dodáva, že dlhodobo podporuje transparentné a spravodlivé podnikateľské prostredie a že bude aj naďalej venovať zvýšenú pozornosť novým formám podnikania v digitálnej ekonomike. „Všetci podnikatelia, bez ohľadu na formu svojej činnosti, podliehajú rovnakým pravidlám a povinnostiam. Cieľom finančnej správy je zabezpečiť férové konkurenčné prostredie a rovnaký prístup ku všetkým daňovým subjektom,“ uvádza sa v tlačovej správe.

Zdroje: Tlačová správa Finančnej správy SR, SKDP

<https://www.podnikajte.sk/dan-z-prijmov/kontroly-influencerov-tvorcov-digitalneho-obsahu>