

GORDANA ILIĆ POPOV

## IZAZOVI OPOREZIVANJA NAPOJNICA (BAKŠIŠA)

*Tema davanja napojnica do sada je ostala neistražena u srpskoj naučnoj literaturi, iako otvara mnoga pitanja, poput onih da li davanje napojnice predstavlja društvenu normu uslovljenu društvenim, kulturnim i ekonomskim faktorima, zbog čega se napojnica daje samo u nekim uslužnim delatnostima (pre svega, ugostiteljstvu i hotelijerstvu), razlozi koji opredeljuju davanje napojnice i dr. U ovom radu naglasak je, pre svega, na poreskim aspektima davanja napojnice, s obzirom na to da ona uvećava ekonomsku snagu njenog primaoca. Napojnica je vrsta primanja za koju bi se, u prvi mah, moglo reći da ima mešovitu prirodu zarade i dobrovoljnog transfera. Cilj rada je da ukaže na izazove oporezivanja u različitim modelima davanja napojnica. Autorka ispituje da li davanje napojnice predstavlja transakciju koja ima poreske implikacije u sistemu poreza na dodatu vrednost. Takođe, analizira da li napojnica može da se smatra, za poreske potrebe, poklonom drugom licu. U radu se posebno ukazuje na kompleksnost faktora koji mogu da opredele pristup oporezivanja napojnica kao zarade ili drugog prihoda.*

*Ključne reči: bakšiš, napojnica, oporezivanje, porez na dohodak, drugi prihod*

### POJAM I PRIRODA BAKŠIŠA (NAPOJNICE)

Rašireno je mišljenje da reč bakšiš potiče od turske reči *bakşış*, iako je njeno izvorno poreklo iz persijskog jezika (*bahşış*).<sup>1</sup> Bakšiš označava „dar, poklon,

---

Prof. dr Gordana Ilić Popov, redovni profesor Pravnog fakulteta Univerziteta u Beogradu, e-mail: [gordana@ius.bg.ac.rs](mailto:gordana@ius.bg.ac.rs). Rad je rezultat istraživanja u okviru strateškog naučnog projekta „Problemi stvaranja, tumačenja i primene prava“, podtema: „Primena i poštovanje propisa – ekonomska analiza i poreski aspekti“, koji se finansira sredstvima Pravnog fakulteta Univerziteta u Beogradu.

<sup>1</sup> Marta Bjeletić, Jasna Vlajić-Popović, Marija Vučković et al., *Etimološki rečnik srpskog jezika*, sveska 2, Srpska akademija nauka i umetnosti, Beograd, 2006, 113.

napojnicu, nagradu za učinjenu uslugu.<sup>2</sup> Na sličan način je i Matica srpska dala značenje reči bakšiš: to je novac koji se daje kao nagrada za učinjenu uslugu (preko utvrđene cene), napojnica, dar, poklon za usluge, mito.<sup>3</sup> Sinonim koji se koristi je napojnica. U svetskim jezicima ona se označava na engleskom: *tip*, francuskom: *pourboire*, nemačkom: *Trinkgeld*, italijanskom: *mancia*, španskom: *propina*, itd.<sup>4</sup> Pojedini autori, poput Brenera, Šajna, Jablanskog, Volfarta i dr. smatraju da engleski naziv za napojnicu – *tip* potiče od početnih slova izraza *To Improve Promptness*, odnosno „Unaprediti brzinu (kod pružanja usluga)“.<sup>5</sup> Takođe, sugerišu još neka moguća porekla reči, koja bi mogla da ukažu na pozadinu davanja napojnice. Primera radi, holandska reč *tippen*, što znači kucati, može se odnositi na zvuk kuc(k)anja novčića o sto ili čašu, sa namerom da se privuče pažnja konobara. Navode i englesku frazu iz 18. veka *tip me*, u prevodu „daj mi“.<sup>6</sup>

Počeci davanja napojnice datiraju iz Evrope srednjeg veka te Segrejev navodi da postoje određene indicije da se od gostiju koji su posećivali privatne britanske domove očekivalo da ostave napojnicu za sluge domaćina.<sup>7</sup> S druge strane, u Sjedinjenim Američkim Državama je ukidanjem ropstva nakon završetka Američkog građanskog rata 70-ih godina 19. veka započelo davanje napojnica, pošto se na tržištu rada pojavio veliki broj nekadanjih robova i napojnice su omogućile poslodavcima da im smanje plate na izuzetno niske nivoe.<sup>8</sup>

Napojnica je vrsta prihoda zaposlenog, koji ima mešovitu prirodu zarade i dobrovoljnog novčanog transfera. Ona predstavlja dodatan, neformalan novčani iznos koji lice, koje nije poslodavac, daje zaposlenom u pojedinim uslužnim profesijama (konobaru, zaposlenom u frizerskim i kozmetičarskim salonima, taksisti, dostavljaču hrane, portiru, sobarici, nosaču prtljaga u hotelima, konsijeržeu i dr.),<sup>9</sup>

<sup>2</sup> Milan Vujaklija, *Leksikon stranih reči i izraza*, Prosveta, Beograd, 1980, 98.

<sup>3</sup> Milica Vujanić, Darinka Gortan-Premk, Milorad Dešić *et al.*, *Rečnik srpskoga jezika*, Matica srpska, Novi Sad, 2011, 58.

<sup>4</sup> Collins Dictionary, <https://www.collinsdictionary.com>, 15. 1. 2026.

<sup>5</sup> Ofer H. Azar, *The History of Tipping – from Sixteenth-Century England to United States in the 1910s*, September 27, 2002, 4–5, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.397900>, 15. 1. 2026.

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> Kerry Segreave, *Tipping: An American Social History of Gratuities*, McFarland & Co., Inc., 1998, 1–7. Navedeno prema: Oz Shy, *Do Tips Increase Workers' Income?*, 2 February 2014, 2, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2361671>, 16. 1. 2026.

<sup>8</sup> K. Segreave, op. cit., 14–15. Navedeno prema: O. Shy, op. cit., 2.

<sup>9</sup> Kako bismo izbegli jezičko opterećenje teksta, izrazi koji se koriste za profesije fizičkih lica u muškom rodu podrazumevaju iste izraze u ženskom rodu.

van tržišne ili ugovorene cene usluge. Napojnicu obeležava dobrovoljnost, odnosno ne postoji pravna obaveza davanja napojnice, iz čega proističe nestabilnost prihoda po tom osnovu. Međutim, ako je napojnica već uključena u iznos računa gubi se obeležje dobrovoljnosti jer lice mora da je plati i u slučaju kada nije bilo zadovoljno kvalitetom pružene usluge. Zbog toga, tada ne treba govoriti o „davanju“ napojnice već o njenom „plaćanju“, zajedno sa cenom usluge.

Azar govori o nekoliko vrsta napojnica:<sup>10</sup> (1) napojnica u formi nagrade (engl. *eward-tipping*), koja se daje nakon što je usluga pružena, zbog zadovoljstva kvalitetom usluge (npr. gotovinska napojnica konobaru), (2) napojnica u formi cene (engl. *Price-tipping*), koja se takođe daje nakon pružene usluge, tako što je u određenom procentu dodata na cenu usluge (odnosno, uključena u račun za uslugu), (3) napojnica koja se daje unapred (engl. *Tipping-in-advance*), odnosno pre nego što je usluga pružena, sa namerom da se podstakne dobra usluga (npr. napojnica za uslugu konsijeržea), (4) napojnica u formi mita (engl. *Bribery-tipping*), koju lice daje pre pružanja usluge da bi njome „obavezalo“ zaposlenog (npr. davanje napojnice konobaru da bi mu odmah obezbedio sto u punom restoranu, dok za to vreme gosti koji imaju rezervaciju i dalje čekaju na mesto), (5) praznična napojnica (engl. *Holiday-tipping*), koja se daje najčešće jednom godišnje (npr. za novogodišnje ili božićne praznike), kako bi se iskazala naročita zahvalnost licu koje je tokom cele godine efikasno i kvalitetno pružalo uslugu (npr. portiru koji pruža uslugu obezbeđenja u zgradi) i (6) napojnica u obliku poklona (engl. *Gift-tipping*), koja se ne daje u novcu nego u formi primerenog poklona (npr. buket cveća, bombonjera i sl. medicinskoj sestri koja je, sa puno pažnje, negovala člana porodice za vreme njegovog lečenja u bolnici).

#### MOGUĆI RAZLOZI DAVANJA NAPOJNICE

Moglo bi se navesti puno primera, u traganju za odgovorom na pitanje zbog čega se napojnica očekuje, odnosno daje zaposlenima samo u određenim uslužnim delatnostima, dok u drugima takva praksa ili običaj ne postoje. Iz kog razloga je uobičajeno dati bakšiš konobaru u restoranu u gradu ili na kruzaru, dok se to ne podrazumeva za stjuardesu koja više puta posluhuje i vodi brigu o udobnosti putnika na višečasovnom prekookeanskom letu? Zbog čega ne dajemo napojnicu advokatu kada smo zadovoljni njegovim ubedljivim izlaganjem na sudskom ročištu, vaspitačici u dečijem vrtiću koja se izuzetno trudi oko našeg deteta, itd., a dajemo je frizeru jer nam se dopada frizura, vodoinstalateru koji nam je popravio mašinu za pranje veša, itd.? U odgovorima bi nam verovatno

---

<sup>10</sup> Ofer H. Azar, „Tipping: The Economics of a Social Norm“, 16 September 2002, 3–12, <https://econwpa.ub.uni-muenchen.de/lab/papers>, 15. 1. 2026.

pomogla navedena Azarova podela na šest različitih vrsta napojnica, ali dalje istraživanje tih pitanja izlazi iz okvira našeg rada.

Uparedna analiza pokazuje da ne postoji neko univerzalno pravilo kad je reč o davanju napojnica već se praksa razlikuje među zemljama širom sveta.<sup>11</sup> Budući da se davanje napojnice prvenstveno vezuje za ugostiteljstvo, u analizi ćemo naglasak staviti na bakšiš konobara, iako se analiza jednako primenjuje na davanje napojnice i u drugim uslužnim delatnostima.<sup>12</sup> U SAD, Kanadi i dr. davanje napojnice je društvena norma, odnosno dobrovoljnost je uslovno ograničena uobičajenošću njenog davanja.<sup>13</sup> Šaj, recimo, navodi: „Da biste izbegli plaćanje napojnice, morate se uzdržati od obroka u restoranima koji nisu brza hrana, koristiti javni prevoz umesto taksija, držati se 'uradi sam' usluga popravki u stanu ili kući i pretvoriti šišanje u porodičnu zabavu.“<sup>14</sup> U Japanu se, međutim, davanje napojnice smatra sramotnim činom jer se od svakog zaposlenog očekuje da profesionalno, kvalitetno i efikasno obavlja svoj posao, bez očekivanja dodatne naknade od trećeg lica, poslovna politika u restoranima u većem delu Kine (izuzev u luksuznim hotelima, u kojima odsedaju mahom strani turisti) može da osoblju koje je primilo napojnicu stvori problem sa poslodavcem,<sup>15</sup> u većini zemalja napojnica predstavlja način da gost iskaže zahvalnost ili zadovoljstvo pruženom uslugom.<sup>16</sup> U Francuskoj, Italiji, Španiji, Švajcarskoj, Mađarskoj i dr. napojnica je, u formi posebne naknade za uslugu (engl. *service charge*) često već uključena u iznos računa u restoranima,<sup>17</sup> dok skandinavska „kultura pružanja usluga“ podrazumeva da su cene formirane tako da osoblje ne očekuje dodatni novac nakon pružene usluge.<sup>18</sup>

Sa ciljem da se utvrde razlozi davanja napojnica, rađeno je, na osnovu rezultata sprovedenih anketa, više različitih studija.<sup>19</sup> Tako su Lin, Zinkan i Haris,

<sup>11</sup> Stefan Gössling, Sébastien Fernandez, Carlos Martin-Rios, Susana Pasamar Reyes, Valérie Fointiat, Rami K. Isaac, Merete Lunde, „Restaurant tipping in Europe: a comparative assessment“, *Current Issues in Tourism*, No. 6, Vol. 24, 2021, 818.

<sup>12</sup> U srpskom zakonodavstvu napojnica se, uprkos učestalosti davanja, ne pominje u Zakonu o ugostiteljstvu (*Službeni glasnik RS*, br. 17/19).

<sup>13</sup> O. H. Azar, op. cit., 2002 (September 27).

<sup>14</sup> O. Shy, op. cit., 1.

<sup>15</sup> 8 Countries Where Tipping Is Considered Rude, <https://herlifeadventures.com/8-countries-where-tipping-is-considered-rude-and-americans-still-do-it/>, 16. 1. 2026.

<sup>16</sup> Tuğba Pala, „Understanding Tipping Attitudes in Turkey: A User Generated Content Analysis“, *Beykoz Akademi Dergisi*, No. 2, Vol. 13, 2025, 250.

<sup>17</sup> S. Gössling *et al.*, op. cit., 815.

<sup>18</sup> 8 Countries Where Tipping Is Considered Rude.

<sup>19</sup> T. Pala, op. cit., 248.

analizirajući uporednu praksu davanja napojnica u 38 različitih uslužnih profesija u 34 zemlje, došli do zaključka da je „davanje napojnica manje zastupljeno u zemljama u kojima stanovnici imaju nisku toleranciju na razlike u društvenom statusu i ekonomskoj moći, gde zaposleni više vrednuju uzajamno čvrstu i stabilnu vezu sa poslodavcem i u zemljama u kojima se prednost daje društvenim nad ekonomskim odnosima“.<sup>20</sup> Pored toga, Lin je u svom drugom istraživanju na uzorku ispitanika iz 21 zemlje ustanovio određenu vezu između davanja napojnice i određenih nacionalnih karakteristika.<sup>21</sup> On smatra da je davanje napojnica više karakteristično za zemlje koje obeležava relativno visok nivo nacionalne ekstroverzije (engl. *national extraversion*), jer je verovatnije da će socijalno društvene i ekstrovertne osobe u većoj meri nego introverti prepoznati društvenu „ulogu“ napojnice, koja se može sagledati preko podsticaja konobarima da posvete veću pažnju gostima ili, pak, jasnog izražavanja zadovoljstva uslugom. Lin takođe analizira faktor neuroticizma (engl. *neuroticism*) i zaključuje – mada bez pouzdanih pokazatelja – da se kod emocionalno manje stabilnih lica davanjem napojnice povećava poverenje prema pružaocu usluge i stvara osećaj da će im biti ukazana posebna pažnja. Najzad, Linova studija ukazuje da raširenost davanja napojnice može da bude povezana sa nacionalnim nivoom psihotizma (engl. *national level of psychoticism*). Ukoliko se davanje napojnice smatra uvredljivim ili, čak, ponižavajućim činom, lica sa antisocijalnim i neempatičnim ponašanjem mogu je upravo iz tog razloga podržati.

Budući da napojnica „izlazi“ iz okvira tržišne ili ugovorene cene usluge, percipiranje davanja napojnice iz ugla prilagođavanja društvenoj normi nije jedini razlog koji opredeljuje pojedinca da u konkretnoj situaciji ostavi napojnicu.<sup>22</sup> Vlasnik jednog američkog restorana u Viskonsinu rekao je da bi „eliminisanjem napojnice sistem naplate usluga ukinuo podsticaj za ulaganje truda konobara u pružanje dobre usluge“.<sup>23</sup> Kvalitet usluge, prema većini sprovedenih istraživanja, predstavlja glavni faktor za davanje napojnice.<sup>24</sup> Ali, to nije jedini motivišući činilac jer na gosta mogu takođe da utiču razlozi, koji nisu u neposrednoj vezi sa uslugom

---

<sup>20</sup> Michael Lynn, George M. Zinkhan, Judy Harris, „Consumer Tipping: A Cross-Country Study“, *The Journal of Consumer Research*, No. 3, Vol. 20, 1993, 481–482.

<sup>21</sup> Michael Lynn, „National Personality and Tipping Customs“, *Personality and Individual Differences*, No. 2, Vol. 28, 2000, 397–398.

<sup>22</sup> Ofer H. Azar, „Tipping motivations and behavior in the US and Israel“, *Journal of Applied Social Psychology*, No. 2, Vol. 40, 2010, 2; Ofer H. Azar, „The Social Norm of Tipping: Does it Improve Social Welfare?“, *Journal of Economics*, No. 2, Vol. 85, 2005, 141–173.

<sup>23</sup> Michael Lynn, „Restaurant Tipping and Service Quality: A Tenuous Relationship“, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, No. 1, Vol. 42, 2001, 14, 18.

<sup>24</sup> M. Lynn (2001), op. cit., 14–20.

konobara (kvalitet i ukus hrane, čistoća, enterijer restorana, atmosfera, lično raspoloženje i dr.).<sup>25</sup> Na osnovu anonimnih stavova o davanju bakšiša na otvorenoj turskoj platformi *Ekşi Sözlük*, mogla su se identifikovati, s jedne strane, lica koja imaju pozitivan stav prema bakšišu, koja su navodila da je „bakšiš materijalizovani oblik zahvalnosti za odličnu uslugu“, „način da se zaposleni nagradi“, „novčana pomoć za radnike sa niskim platama“, itd. i, sa druge strane, oni koji su mišljenja da je bakšiš „prisilna donacija“, „mehanizam koji dovodi do ekonomske nejednakosti“, „izvor anksioznosti u pogledu iznosa bakšiša koji je prikladno dati“, „korist za poslodavca koji teret isplate pravedne plate prebacuje na korisnike usluge“ i dr.<sup>26</sup> Rezultate anketa treba, u svakom slučaju, uzeti sa određenom rezervom jer broj ispitanika nije, po pravilu, dovoljan da bi zaključci mogli da se generalizuju<sup>27</sup> i, sem toga, ljudi ne prikazuju uvek realno uzroke svojih postupaka.<sup>28</sup> Na primer, ukoliko istraživač pita gosta pri izlasku iz restorana zbog čega nije ostavio napojnicu najverovatnije će mu odgovoriti da nije bio zadovoljan uslugom, iako je pravi razlog da, zbog otežanog nalaženja parking mesta, više ne namerava da poseti taj restoran.

Prema Azaru, napojnica se mnogo češće daje iz društvenih i psiholoških razloga nego iz „strategijskog razloga“, pod kojim podrazumeva nameru lica da davanjem dobre napojnice obezbedi sebi kvalitetnu uslugu prilikom ponovne posete istog restorana.<sup>29</sup> Takva „strategija“ je, prema našem mišljenju, vrlo upitna iz nekoliko objektivnih razloga: ne znači da će gosta sledeći put usluživati isti konobar, konobar ne može da utiče na kvalitet i ukus hrane (npr. došlo je u međuvremenu do promene kuvara, dobavljača mesa i dr.), poslodavac je smanjio broj konobara

<sup>25</sup> Upor.: Michael Lynn, Michael McCall, „Gratitude and gratuity: a meta-analysis of research on the service-tipping relationship“, *The Journal of Socio-Economics*, No. 2, Vol. 29, 2000, 203–214; Ofer H. Azar, „The social norm of tipping: A review“, *Journal of Applied Social Psychology*, No. 2, Vol. 37, 2007, 380–402.

<sup>26</sup> T. Pala, op. cit., 251–254.

<sup>27</sup> Na primer, u anketi koju je Azar sproveo, uz pomoć saradnika, učestvovalo je 369 ispitanika, i to 118 američkih studenata sa Univerziteta Nortwestern, 179 izraelskih studenata sa Univerziteta Ben-Gurion u Negevu i 62 mlada Izraelca van kampusa. V. Ofer H. Azar, „Tipping Motivations and Behavior in the US and Israel“, *Munich Personal RePEc Archive Paper* No. 20304, posted 29 January 2010, 2–3, <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/20304/>, 1. 2. 2026. Taj uzorak se ne samo zbog malog broja anketiranih nego i njihove mlade starosne dobi – opravdano je pretpostaviti da studenti, zbog manje novčanih sredstava, ređe posećuju restorane nego starija populacija – ne bi mogao smatrati dovoljno reprezentativnim za izvođenje opštih i pouzdanih zaključaka.

<sup>28</sup> M. Lynn (2001), op. cit., 14–20.

<sup>29</sup> Ofer H. Azar, „Do people tip because of psychological or strategic motivations? An empirical analysis of restaurant tipping“, *Applied Economics*, No. 23, Vol. 42, 2010, 3039.

u radnoj smeni, što se neminovno odražava na brzinu i efikasnost pružanja usluge i dr. Pored toga, neka lica žele da davanjem velike napojnice istaknu svoj društveni ili ekonomski prestiž, mada većina ljudi napojnicu shvata kao „instrument“ finansijske podrške uslužnim radnicima, za koje se zna da su najčešće vrlo slabo plaćeni od poslodavca (npr. dostavljači hrane i dr.) i takođe smatra je, ponovimo, načinom izražavanja zahvalnosti za dobru uslugu.<sup>30</sup>

#### PORESKI TRETMAN PRIHODA OD NAPOJNICE U RAZLIČITIM MODELIMA

Različiti su načini na koje se može dati napojnica. Davanje bakšiša u gotovom novcu i dalje je vrlo čest način, koji podrazumeva posebne izazove oporezivanja, bilo da zadovoljni korisnik plaća cenu usluge u gotovini ili platnom karticom. Odgovornost zaposlenog je da prijavi poreskom organu primljena sredstva, koja su uvećala njegovu ekonomsku snagu.<sup>31</sup> Međutim, u praksi on to ne čini i prihod od napojnice ostaje van oporezivanja porezom na dohodak. Gotovinska napojnica je poreskim organima faktički „neuhvatljiva“, a ni poslodavac nema saznanje o tome koliki je iznos po tom osnovu zaposleni prihodovao u toku meseca.

Iznos napojnice je proizvoljan, što proizlazi iz dobrovoljnosti davanja. Reč je, po pravilu, o relativno malim iznosima, odnosno iznos cene usluge se najčešće zaokružuje na sledeći celi broj, čemu govori u prilog i razlog jednostavnosti u slučaju kada se račun plaća u gotovini (izbegava se čekanje na vraćanje kusura i dr.). Međutim, sve zavisi od individualnog korisnika usluge.<sup>32</sup> Nekada gost u restoranu može da bude vrlo darežljiv (npr. ako je nedavno primio zaradu, ukoliko je konzumirao previše alkohola i dr.). Zanimljivo je navesti primere nekih slavni svetskih zvezda koje su u javnosti poznate da „vrlo široko otvaraju svoje novčanike“ kada daju napojnice: Džoni Dep je 2009. godine u jednom čikaškom restoranu, večerajući sa prijateljima, ostavio bakšiš od neverovatnih 4.000 dolara na račun od 4.400 dolara, Tejlor Svift je tokom svoje turneje u Filadelfiji 2013. godine dala napojnicu od 500 dolara na račun od 800 dolara u italijanskom restoranu u kojem je večerala, Tom Selek je ostavio napojnicu od 2.020 dolara na račun od 204 dolara u jednom restoranu u Njujorku, ali takva njegova (novčana) velikodušnost bila je praćena

---

<sup>30</sup> T. Pala, op. cit., 249, 255.

<sup>31</sup> Upor. Tips, Gratuities, Service Charges and Troncs, HM Revenue and Customs, E24(2014) <https://www.gov.uk/government/publications/e24-tips-gratuities-service-charges-and-troncs/guidance-on-tips-gratuities-service-charges-and-troncs>, 4, 27. 1. 2026.

<sup>32</sup> Michael Lynn, Bibb Latané, „The psychology of restaurant tipping“, *Journal of Applied Social Psychology*, No. 6, Vol. 14, 2006, 549–561.

i drugim gestom – rukom napisanom porukom u kojoj se zahvaljuje osoblju na usluzi i izražava nadu za bolju godinu.<sup>33</sup>

Mišljenja smo da „kultura davanja napojnica“ nema uticaja na iznos napojnice već ekonomski standard. Mogli bismo, na primer, pretpostaviti da će severno-američki turista ostaviti veću napojnicu u beogradskom restoranu nego građanin Srbije. Kad je reč o ugostiteljskim uslugama, postoje različiti stavovi o tome da li veličina grupe (npr. večera „u dvoje“, večera nekoliko poslovnih partnera, večera većeg broja lica povodom obeležavanja proslave godišnjice mature i dr.) utiče na iznos napojnice.<sup>34</sup> Tako, Šnajder smatra da veće grupe pretpostavljaju manje konobarevog truda za usluživanje po pojedinačnoj osobi nego isti broj ljudi za odvojenim stolovima, te efektivna stopa napojnice u odnosu na iznos računa može često da bude manja u slučaju veće grupe.<sup>35</sup> S druge strane, istraživanja Konlina, Lina i O'Donohjua navela su ih na zaključak da je procenat napojnice u pozitivnoj korelaciji sa veličinom grupe.<sup>36</sup> Skloniji smo mišljenju da je procenat napojnice u odnosu na račun, nezavisno od veličine grupe, najčešće približno isti. Međutim, nema ujednačenog „pravila“, budući da na iznos napojnice mogu da imaju uticaj različiti činioci, o čemu je prethodno bilo više reči.

Kad korisnik usluge, odnosno gost plaća platnom karticom ne samo cenu pružene ugostiteljske usluge nego i posebnu naknadu za uslugu koja je uključena u račun, iznos koji prelazi cenu usluge predstavlja napojnicu. U tom slučaju ne bi se, ponovimo, moglo govoriti o dobrovoljnom davanju bakšiša jer je napojnica, bez ličnog izbora gosta, već uračunata u iznos računa. Ona se obračunava u jednakom procentu na cenu usluge, bez obzira na iznos računa. Istraživanja koja je sproveo Azar pokazala su da je stopa napojnice još od kraja 19. veka bila 10%, dok od osamdesetih godina 20. veka „standard“ postaje 15%, a danas se kreće i do 20%.<sup>37</sup> Ugostitelj, drugo pravno lice ili preduzetnik koji su registrovani za obavljanje uslužne

<sup>33</sup> Srijoni Gupta Roy, „The 10 best celebrity tippers and those who are not so generous“, published June 20, 2024, <https://www.prestigeonline.com/sg/lifestyle/wine-plus-dine/the-best-celebrity-tippers-and-the-not-so-generous-ones/>, 20. 2. 2026.

<sup>34</sup> O. H. Azar, op. cit., 2002 (September 5), 14.

<sup>35</sup> Melvin L. Snyder, „The Inverse Relationship between Restaurant Party Size and Tip Percentage: Diffusion of Responsibility or Equity?“, *Personality & Social Psychology Bulletin*, No. 3, Vol. 2, 1976, 308. Navedeno prema: M. Lynn, B. Latané, op. cit., 552.

<sup>36</sup> Michael Conlin, Ted O'Donoghue, Michael Lynn, „The Social Norm of Restaurant Tipping“, *Journal of Economic Behavior & Organization*, No. 3, Vol. 52, 2003, 297–321. Navedeno prema: O. H. Azar, op. cit., 2002 (September 5), 14.

<sup>37</sup> Ofer Azar, „What sustains social norms and how they evolve? The case of tipping“, *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 54, 2004, 53–55.

delatnosti nije davalac napojnice, već on samo transferiše sredstva posebne naknade za uslugu sa svog tekućeg računa na tekući račun zaposlenih, koji su bili angažovani u pružanju usluge. Drugim rečima, ugostitelj *pruža* uslugu, a konobar je *izvršava*. Da li taj novčani iznos treba smatrati delom zarade zaposlenog? Zarada u poreskom smislu podrazumeva zaradu koja se ostvaruje po osnovu radnog odnosa i druga primanja zaposlenog.<sup>38</sup> Zarada po osnovu radnog odnosa sastoji se od zarade za obavljeni rad i vreme provedeno na radu, zarade po osnovu doprinosa zaposlenog poslovnom uspehu poslodavca (nagrade, bonusi i sl.) i drugih primanja po osnovu radnog odnosa.<sup>39</sup> Druga primanja uključuju primanja u obliku bonova, hartija od vrednosti (osim akcija stečenih u postupku svojinske transformacije), novčanih potvrda, robe, kao i primanja ostvarena činjenjem ili pružanjem pogodnosti, oprastanjem duga, kao i pokrivanjem rashoda obveznika novčanom nadoknadom ili neposrednim plaćanjem.<sup>40</sup> Smatramo da novčana sredstva, uplaćena od strane drugog lica – korisnika usluge, koja poslodavac prenese zaposlenom na njegov račun ne čine zaradu zaposlenog. Naime, nije poslodavac nagradio ili dao dodatni bonus zaposlenom zato što je doprineo poslovnom uspehu privrednog društva nego je drugo lice dodatno platilo „nematerijalne troškove“ izvršene usluge (kvalitet, efikasnost, predusretljivost, ljubaznost i dr.).

Ministarstvo finansija Republike Srbije je u svojim mišljenjima u nekoliko navrata istaklo da: „Primanja koja fizička lica zaposlena u ugostiteljskom objektu ostvaruju u vidu napojnice (bakšiš) predstavljaju prihod koji podleže oporezivanju porezom na dohodak građana.“<sup>41</sup> Ono navodi: „... kako novčana sredstva po osnovu napojnice ne predstavljaju deo prihoda ugostiteljskog objekta ili drugog privrednog subjekta (čiji zaposleni može da dobije napojnicu – primalac napojnice) s obzirom da su od davalaca napojnice (...) namenjena tom zaposlenom, smatramo da tako ostvarena sredstva fizičkog lica po osnovu napojnice predstavljaju prihod koji podleže oporezivanju porezom na dohodak građana na druge prihode.“<sup>42</sup>

---

<sup>38</sup> Zakon o porezu na dohodak građana – ZPDG, *Službeni glasnik RS*, br. 24/01, 80/02, 135/04, 62/06, 65/06, 31/09, 44/09, 18/10, 50/11, 91/11, 93/12, 114/12, 47/13, 48/13, 108/13, 57/14, 68/14, 112/15, 113/17, 95/18, 86/19, 153/20, 44/21, 118/21, 138/22, 92/23, 94/24, 19/25, 109/25, čl. 13, st. 1.

<sup>39</sup> Zakon o radu, *Službeni glasnik RS*, br. 24/05, 61/05, 54/09, 32/13, 75/14, 13/17, 113/17, 95/18 i 109/25, čl. 105.

<sup>40</sup> ZPDG, čl. 14, st. 1.

<sup>41</sup> Mišljenje Ministarstva finansija Republike Srbije, br. 1758759 2024 10520 004 000 011 004, od 23. januara 2025. godine.

<sup>42</sup> Upor. takođe: Mišljenje Ministarstva finansija Republike Srbije, br. 371749 2023 10520 004 001 011 004, od 8. februara 2024. godine.

Pored toga, Ministarstvo finansija ističe: „... novčana sredstva koja po osnovu napojnice ostvaruju fizička lica pa predstavljaju prihod tih lica koji podleže oporezivanju porezom na dohodak građana, izuzeta su od oporezivanja porezom na nasleđe i poklon.“ Delimo mišljenje nadležnog ministarstva da napojnicu ne treba smatrati poklonom drugom (nepoznatom) licu već prihodom koji po svojoj prirodi čini dohodak fizičkog lica – primaoca napojnice.

U situaciji kada je korisnik ugostiteljske ili druge usluge fizičko lice koje daje napojnicu, poreski obveznik je, primenom instituta samooporezivanja,<sup>43</sup> primalac napojnice. On ima obavezu da podnese poresku prijavu na obrascu PP OPO,<sup>44</sup> u kojoj obračunava porez po zakonskoj poreskoj stopi od 20% na bruto iznos napojnice,<sup>45</sup> umanjen za normirane troškove u visini od 20%,<sup>46</sup> i doprinos za penzijsko i invalidsko osiguranje,<sup>47</sup> po stopi od 24%,<sup>48</sup> i obračunate dažbine treba da plati u roku od 30 dana od dana ostvarivanja prihoda od napojnice.<sup>49</sup> Ukoliko poslodavac odluči da zaposlenom, zbog okolnosti da ostvaruje ili može da ostvari dodatni prihod u obliku napojnice, isplaćuje minimalnu zaradu, njegovo socijalno blagostanje se ne povećava.<sup>50</sup> Poslodavčevo poimanje da je napojnica „socijalni korektiv“ minimalne zarade nanosi štetu državi pošto se smanjuje priliv prihoda budžeta od poreza na zarade,<sup>51</sup> dok u isto vreme spuštanje zarade na minimalni nivo dovodi zaposlenog u neizvestan finansijski položaj, budući da su napojnice nestabilan i nepredvidljiv izvor prihoda.

<sup>43</sup> ZPDG, čl. 100a, st. 1, tač. 2).

<sup>44</sup> Pravilnik o poreskoj prijavi o obračunatom porezu samooporezivanjem i pripadajućim doprinosima na zaradu, odnosno drugu vrstu prihoda od strane fizičkog lica kao poreskog obveznika, *Službeni glasnik RS*, br. 15/16, /18, 27/19, 67/22, 21/23 i 87/25, čl. 2, st. 3, tač. 1).

<sup>45</sup> Smatramo da provizija (koja se, eventualno, daje vlasniku platforme) treba da bude uključena u poresku osnovicu.

<sup>46</sup> ZPDG, čl. 85, st. 3 i čl. 86, st. 1.

<sup>47</sup> Ne obračunava se doprinos za obavezno zdravstveno osiguranje jer je zaposleni osiguran preko poslodavca.

<sup>48</sup> Mišljenje Ministarstva finansija Republike Srbije, br. 413-00-01219/2007-04, od 6. novembra 2007. godine; Mišljenje Ministarstva finansija Republike Srbije, br. 414-00-74/2008-04, od 11. decembra 2008. godine.

<sup>49</sup> ZPDG, čl. 95, st. 6.

<sup>50</sup> Upor. Ofer H. Azar, „Business strategy and the social norm of tipping“, *Journal of Economic Psychology*, No. 3, Vol. 32, 2011, 515–525.

<sup>51</sup> Zbog paušalnog odbitka kod utvrđivanja osnovice poreza na zaradu – koji u 2026. godini iznosi 34.221 dinara (ZPDG, čl. 15a, st. 2) – poreska osnovica je mala, ukoliko je zarada blizu minimalne (za period januar–decembar 2026. godine minimalna cena rada iznosi 371,00 dinar po radnom času, bez poreza i doprinosa, *V. Službeni glasnik RS*, br. 78/25), što se neposredno odražava na smanjenje javnih prihoda od poreza na zarade.

Smatramo da napojnica ne može da se smatra prihodom frilensera, koji se oporezuje izborom jednog od dva zakonska modela oporezivanja,<sup>52</sup> s obzirom na to da nema karakter ugovorene naknade za izvršen rad.<sup>53</sup> Lični je izbor korisnika usluge da li će licu koje ga je neposredno uslužilo dati napojnicu, ona nije prethodno ugovorena i nije uključena u cenu usluge. Pored toga, primalac napojnice nije izvršio nikakvu sporednu uslugu da bi se napojnica zato mogla smatrati naknadom za sporednu uslugu.

Relativno noviji način davanja napojnice jeste preko specijalizovane platforme, koja je namenjena ugostiteljskim objektima (restoranima, hotelima, kafe-terijama, barovima i dr.) i svim drugim oblicima poslovanja, odnosno uslužnim delatnostima u kojima zaposleni dobijaju ili mogu da dobiju napojnicu. U takvom modelu, korisnik usluge platnom karticom uplaćuje privrednom društvu koje je vlasnik platforme novčani iznos koji želi da dâ zaposlenom u ugostiteljskom ili sličnom objektu. Na primer, na *Wolt* platformi za dostavu hrane predviđena je pozicija „Dodaj kurirsku napojnicu“, pri čemu korisnik usluge može da se opredeli za iznos od 5%, 10%, 15% od cene računa ili da upiše na platformi bilo koji novčani iznos do maksimalno 1.000 RSD. Platforma prenosi taj iznos na račun primaoca napojnice, koji treba da ima kreiran nalog na platformi, kada dobija personalizovani QR kod (engl. *quick response*). Moguće je, takođe, da se prenos novca vrši preko POS terminala (engl. *point of sale*). U tom modelu, korisnik usluge daje napojnicu unapred, tj. pre nego što mu je usluga pružena. Naime, u momentu kada na platformi potvrdi platnom karticom uplatu novčanog iznosa opredeljenog za napojnicu korisnik ne zna da li će biti zadovoljan kvalitetom usluge (npr. može se dogoditi da mu bude isporučena polu prolivena kafa ili teleća čorba, dostavljač može kasniti u odnosu na procenjeno vreme isporuke i dr.). U praksi se, međutim, dešava da naručilac porudžbine ipak sačeka isporuku i tek onda dostavljaču dâ bakšiš u gotovini. Tada je platforma „zaobiđena“ i poreski organi nemaju trag o datom bakšišu.

Privredno društvo koje je vlasnik platforme ne može da se smatra isplatiocem prihoda, odnosno poreskim placem, koji bi bio obavezan da obračuna i plati porez po odbitku jer ono, uplatom napojnice od strane drugog lica na platformu, nije ostvarilo prihod. Uloga vlasnika platforme ogleda se samo u prenosu uplaćenog novčanog iznosa na račun lica koje je neposredno izvršilo uslugu.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> ZPDG, čl. 12b.

<sup>53</sup> ZPDG, čl. 85, st. 1, tač. 18).

<sup>54</sup> Reč je o „operativnom“ posredovanju, a ne o zaključenju određenog pravnog posla, u smislu ugovora o posredovanju iz čl. 813 Zakona o obligacionim odnosima (*Službeni list SFRJ*, br. 29/78, 39/85, 45/89 i 57/89, *Službeni list SRJ*, br. 31/93, *Službeni list SCG*, br. 1/03 i *Službeni glasnik RS*, br. 18/20).

Međutim, ukoliko privredno društvo – vlasnik platforme naplaćuje proviziju od lica koje je izvršilo uslugu, a u čije ime i za čiji račun je iznos uplaćen, taj novčani prihod ulazi u njegovu oporezivu dobit. Poslodavac (npr. ugostitelj) ne dobija procenat od iznosa napojnice (npr. na *Wolt* platformi je jasno naznačeno da 100% napojnice ide dostavljaču), pa, stoga, on nema poresku obavezu.

Oporezivanje sredstava po osnovu napojnice zaposlenih u igračnici, kada igrači mogu dati napojnicu za vođenje određenih posebnih igara na sreću, ostavljajući novac u posebnu kutiju na stolu za igru (*cagnotte*),<sup>55</sup> postavilo se još pre više od 15 godina. Stav Ministarstva finansija Republike Srbije bio je da: „Sredstva po osnovu napojnice ne predstavljaju deo prihoda priređivača već sredstva namenjena radnicima priređivača i mogu se, u skladu sa njegovim opštim aktom, koristiti za isplatu. (...) Priređivač je dužan da vodi evidenciju o napojnicama, koja se vodi svaki dan posebno po stolu i za svaku vrstu igara. (...) sredstva po osnovu napojnice čine prihod fizičkog lica – zaposlenog u igračnici i podležu oporezivanju porezom na druge prihode.“<sup>56</sup>

U kontekstu navedenog, moguć je još jedan model davanja napojnice. Naime, u hotelima, restoranima, kafeterijama nekada je na vidljivom mestu postavljena kutija za bakšiš za osoblje (engl. *tip box*). Ukupan iznos sredstava iz te kutije se, obično na kraju dana, deli među zaposlenima, koji su imali učešće u pružanju usluge (npr. kuhinjsko osoblje, šanker, konobari). U takvom modelu, poreski organ bi mogao da ima uvid u taj dopunski, odnosno dodatni prihod zaposlenog jedino ukoliko bi ga poslodavac uključio u njegovu zaradu, kada je u obavezi da obračuna i plati po odbitku porez na zaradu i pripadajuće doprinose za obavezno socijalno osiguranje. Poslodavac tada treba da vodi evidenciju o ukupnom iznosu sredstava u kutiji za napojnice i izvršenoj raspodeli među zaposlenima.<sup>57</sup>

Budući da u SAD zaposleni u uslužnom sektoru veći deo primanja ostvaruju preko napojnica,<sup>58</sup> Američka poreska uprava (*Internal Revenue Service – IRS*) je, sa ciljem da zaštiti budžet od evazije poreza na dohodak, uspostavila dva programa.<sup>59</sup> Prema Sporazumu o određivanju stope napojnice (*Tip Determination Agreement*),

<sup>55</sup> Zakon o igrama na sreću, *Službeni glasnik RS*, br. 84/04 i 85/05, čl. 53, st. 2. U važećem Zakonu o igrama na sreću (*Službeni glasnik RS*, br. 18/20 i 94/24) napojnica se ne pominje.

<sup>56</sup> Mišljenje Ministarstva finansija Republike Srbije, br. 413-00-01219/2007-04, od 6. novembra 2007. godine.

<sup>57</sup> Tips, Gratuities, Service Charges and Troncs, 6–7.

<sup>58</sup> Prema empirijskim istraživanjima, konobari u američkim restoranima zarađuju 58–61% svoje zarade u formi napojnice. V. Stefan Gössling *et al.*, op. cit., 812.

<sup>59</sup> Michael Lynn and Glenn Withiam, „Tipping and Its Alternatives: Business Considerations and Directions for Research“, *Journal of Services Marketing*, No. 4, Vol. 22, 2008, 328–336.

Poreska uprava pristaje da kod poslodavca ne vrši kontrolu neprijavljenog prihoda od napojnica, ako poslodavac dobije pisanu izjavu od najmanje 75% svojih zaposlenih da će prijaviti prihod od napojnice, u iznosu koji odgovara unapred određenom procentu prometa. Prema programu Alternativne obaveze prijavljivanja napojnice (*Tip Reporting Alternative Commitment*), poslodavac se „oslobađa“ poreske kontrole prihoda od napojnica, pod uslovom da na kvartalnom nivou organizuje edukaciju zaposlenih o njihovoj obavezi prijavljivanja ukupnog iznosa napojnice, koju su primili u toku meseca. Uprkos navedenim pokušajima Američke poreske uprave da poveća dobrovoljno prijavljivanje tih prihoda, poslodavac ne raspolaže odgovarajućim mehanizmom koji bi mu omogućio da kontroliše da li zaposleni ispunjavaju tu poresku obavezu. U tom smislu, ne bi trebalo imati preterana očekivanja u pogledu efekata navedenih sporazuma na smanjenje evazije poreza na dohodak. U prvoj polovini 2025. godine u SAD je usvojen zakon, pod neobičnim nazivom *One Big Beautiful Bill*,<sup>60</sup> koji je, između ostalog, predvideo poreski odbitak za tzv. kvalifikovanu napojnicu, koji bi se primenjivao u periodu 2025–2028. godina, do maksimalnog godišnjeg iznosa od 25.000 dolara.<sup>61</sup> Termin „kvalifikovana“ koristi se verovatno iz razloga što je odbitak od oporezivog dohotka dopušten samo za zaposlene u delatnostima koje Poreska uprava odredi za one u kojima zaposleni „uobičajeno i redovno primaju napojnicu“ (isporuka ili posluživanje hrane i pića, frizerske usluge, kozmetičarske usluge, usluge manikira, usluge masaže i dr.).<sup>62</sup> „Kvalifikovana napojnica“ podrazumeva gotovinske napojnice, napojnice plaćene platnom karticom i zajedničku napojnicu koja se deli između zaposlenih (engl. *shared tips*). Poreska olakšica se postepeno ukida za zaposlene u uslužnim delatnostima, navedene na listi koju utvrđuje Poreska uprava, ukoliko im godišnja bruto zarada prelazi iznos od 150.000 dolara.

#### PORESKI TRETMAN DAVANJA NAPOJNICE U SISTEMU POREZA NA DODATU VREDNOST

Ako zaposleni koji prima napojnice preko specijalizovane platforme plaća određenu proviziju za njeno korišćenje, privredno društvo – vlasnik platforme, koji je obveznik PDV-a, ima obavezu da obračuna i plati PDV za promet usluge izvršen primaocu napojnice. Reč je o usluzi posredovanja u poreskom smislu kod

---

<sup>60</sup> Public Law No. 119-21 of April 4, 2025, <https://www.congress.gov/bill/119th-congress/house-bill/1/text>, 10 March 2026, 10. 3. 2026.

<sup>61</sup> Bila je dopuštena retroaktivna primena te poreske olakšice od 1. januara, budući da je Zakon bio usvojen aprila meseca 2025. godine.

<sup>62</sup> One Big Beautiful Bill, Sec. 70201 – No Tax on Tips.

naplate potraživanja za druga lica, koji nije oslobođen od PDV-a. To je izuzetak od pravila da se „PDV ne plaća u prometu novca i kapitala, kod poslovanja i posredovanja u poslovanju novčanim potraživanjima, čekovima, menicama i drugim sličnim hartijama od vrednosti, *osim naplate potraživanja za druga lica* (podvukla autorka).“<sup>63</sup> U ovom slučaju, „drugo lice“ je zaposleni u ugostiteljskom objektu ili drugom uslužnom objektu, koji prima napojnicu preko posebno kreirane platforme. Vlasnik platforme – obveznik PDV obračunava PDV na iznos bruto naknade po osnovu provizije, po opštoj stopi od 20%.<sup>64</sup>

Dublanica navodi da je „davanje bakšiša (...) transakcija unutar transakcije“.<sup>65</sup> Međutim, napojnica ne čini deo naknade za promet ugostiteljske (ili druge uslužne) usluge, zbog čega za ugostitelja ne proizlazi obaveza obračuna PDV-a. Ali, ukoliko ugostitelj deo iznosa uplaćenog preko platforme za drugo lice (odnosno, napojnicu uplaćenu za zaposlenog) zadrži za sebe, naknada za ugostiteljsku uslugu bi tako bila indirektno povećana te bi se PDV obračunavao na uvećani bruto iznos naknade. Poreski organ bi imao teškoće prilikom sprovođenja poreske kontrole, jer bi trebalo da utvrdi da li su iznosi iz evidencija koje vodi poslodavac uplaćeni u celosti ili samo delimično na tekući račun zaposlenog/zaposlenih.

U situaciji kada fizičko lice – korisnik usluge (u)plati platnom karticom veći iznos od onoga iz fiskalnog računa, nastaje takođe izazov u pogledu obaveze obračuna i plaćanja PDV-a. Na primer, cena ugostiteljske usluge iskazana u fiskalnom računu je 3.150 dinara, a gost – zato što je bio zadovoljan kvalitetom usluge – uplati svojom platnom karticom na tekući račun ugostitelja iznos od 3.400 dinara. Razlika koja prelazi cenu ugostiteljske usluge – u navedenom primeru 250 dinara – predstavlja napojnicu. U srpskom sistemu PDV-a, naplata potraživanja za drugo lice (npr. konobara), ponovimo, ne potpada pod poresko oslobođenje bez prava na odbitak prethodnog poreza. Poreska osnovica, međutim, ne sadrži iznose koje poreski obveznik naplaćuje u ime i za račun drugog, ako te iznose prenosi licu u čije ime i za čiji račun je izvršio naplatu i ako su ti iznosi posebno evidentirani.<sup>66</sup>

<sup>63</sup> Zakon o porezu na dodatu vrednost – ZPDV, *Službeni glasnik RS*, br. 84/04, 86/04, 61/05, 61/07, 93/12, 108/13, 68/14, 142/14, 83/15, 108/16, 113/17, 30/18, 72/19, 153/20, 138/22, 94/24 i 109/25, čl. 25, st. 1, tač. 6; Pravilnik o porezu na dodatu vrednost, *Službeni glasnik RS*, br. 37/21, 64/21, 127/21, 49/22, 59/22, 7/23, 15/23, 60/23, 96/23, 116/23, 29/24, 65/24, 73/24, 101/24 i 107/24, čl. 45, st. 1, tač. 2).

<sup>64</sup> ZPDV, čl. 23, st. 1.

<sup>65</sup> Steve Dublanica, *Keep the Change: A Clueless Tipper's Quest to Become the Guru of the Gratuity*, HarperCollins, 2010, 7. Navedeno prema: O. Shy, op. cit., 1.

<sup>66</sup> ZPDV, čl. 17, st. 4, tač. 2).

## ZAVRŠNA RAZMATRANJA

Mala je verovatnoća da će primalac gotovinske napojnice biti toliko savestan da samooporezivanjem obračuna i plati porez na taj prihod. S druge strane, smatramo da uključivanje napojnice u račun nije optimalno rešenje jer pokušuje cenu ugostiteljskih i određenih drugih usluga, napojnica postaje neka vrsta „prireza“ na cenu usluge, gubi se obeležje dobrovoljnog davanja i dr. Nezavisno od toga da li je zaposleni dobio gotovinski bakšiš neposredno od zadovoljnog gosta ili posredno, prenosom sa tekućeg računa poslodavca (ako je u računu bila iskazana i naknada za uslugu), taj prihod treba da ima isti poreski tretman. U protivnom, ako bi poreski organ, zbog drugačijeg modaliteta davanja napojnice, isti novčani iznos u jednom slučaju tretirao kao zaradu, a u drugom kao drugi prihod, zaposleni bi bili u poreski nejednakom položaju i bila bi narušena horizontalna pravičnost u oporezivanju.<sup>67</sup>

Faktičke teškoće sa kojima su poreski organi suočeni u otkrivanju gotovinske napojnice ukazuju da je, sa stanovišta zaštite javnih (poreskih) prihoda, najpogodniji model davanja napojnice preko specijalizovane platforme. Takav način ne ugrožava lični izbor korisnika usluge i dobrovoljnost davanja bakšiša, dok u isto vreme obezbeđuje uslove da ta vrsta prihoda ne ostane izvan poreskog radara. Međutim, uprkos ubrzanj digitalizaciji, pretpostavljamo da će se još prilično dugo u nas zadržati običaj „čaćavanja“ konobara, frizera, majstora i dr. u gotovom novcu, pa se može očekivati da će napojnice tek postepeno i sporadično ulaziti u regularne tokove oporezivanja porezom na dohodak.

Prof. Dr. GORDANA ILIĆ POPOV  
Full Professor, Faculty of Law  
University of Belgrade

## CHALLENGES OF TAXING TIPS

### Summary

The issue of tipping has remained unexplored in the Serbian academic literature, even though it raises many questions that are worth to research, such as whether tipping is a social norm shaped by social, cultural and economic factors, why tips are given only in certain service industries (predominantly catering and hospitality), reasons which determine tipping, etc. The focus of this

---

<sup>67</sup> Upor.: Ira K. Lindsay, „Tax Fairness by Convention: A Defense of Horizontal Equity“, *Florida Tax Review*, No. 1, Vol. 19, 2016, <https://scholarship.law.ufl.edu/ftr/vol19/iss1/2>, 26. 2. 2026.

paper is onto the tax aspects of tipping, having in mind that a tip increases the economic power of its recipient. At first glance, a tip is kind of income which could be described as having a dual nature both of earnings and a voluntary transfer. The aim of the paper is to point out the challenges of taxing tips in various tipping models. The author examines if tipping carries any tax consequences under the value-added tax system. In addition, the author explores whether a tip can be considered as a gift to another person for the tax purposes. The paper particularly highlights the complex factors which may determine the tax treatment of tips, classifying them either as wages or other income.

*Key words:* gratuity, tip, taxation, income tax, other income

### *Literatura*

- Azar O. H., „Business strategy and the social norm of tipping“, *Journal of Economic Psychology*, No. 3, Vol. 32, 2011.
- Azar O. H., „Do people tip because of psychological or strategic motivations? An empirical analysis of restaurant tipping“, *Applied Economics*, No. 23, Vol. 42, 2010.
- Azar O. H., „The social norm of tipping: A review“, *Journal of Applied Social Psychology*, No. 2, Vol. 37, 2007.
- Azar O. H., „The Social Norm of Tipping: Does it Improve Social Welfare?“, *Journal of Economics*, No. 2, Vol. 85, 2005.
- Azar O. H., „Tipping motivations and behavior in the US and Israel“, *Journal of Applied Social Psychology*, No. 2, Vol. 40, 2010.
- Azar O. H., „Tipping Motivations and Behavior in the US and Israel“, *Munich Personal RePEc Archive Paper* No. 20304, <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/20304/>.
- Azar O. H., *The History of Tipping – from Sixteenth-Century England to United States in the 1910s*, September 27, 2002, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.397900>.
- Azar O. H., „Tipping: The Economics of a Social Norm“, September 16, 2002, <https://econwpa.ub.uni-muenchen.de/lab/papers>.
- Azar O., „What sustains social norms and how they evolve? The case of tipping“, *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 54, 2004.
- Bjelečić M., Vlajić-Popović J., Vučković M. *et al.*, *Etimološki rečnik srpskog jezika*, Sveska 2, Srpska akademija nauka i umetnosti, Beograd, 2006.
- Collins Dictionary, <https://www.collinsdictionary.com>.
- Gössling S., Fernandez S., Martin-Rios C., Pasamar Reyes S., Fointiat V., Isaac R. K., Lunde M., „Restaurant tipping in Europe: a comparative assessment“, *Current Issues in Tourism*, No. 6, Vol. 24, 2021.
- Gupta S. R., „The 10 best celebrity tippers and those who are not so generous“, *Prestige* online, 2024.
- Lindsay I. K., „Tax Fairness by Convention: A Defense of Horizontal Equity“, *Florida Tax Review*, No. 1, Vol. 19, 2016, <https://scholarship.law.ufl.edu/ftv/vol19/iss1/2>.

- Lynn M., „National Personality and Tipping Customs“, *Personality and Individual Differences*, No. 2, Vol. 28, 2000.
- Lynn M., „Restaurant Tipping and Service Quality: A Tenuous Relationship“, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, No. 1, Vol. 42, 2001.
- Lynn M., Lataném B., „The psychology of restaurant tipping“, *Journal of Applied Social Psychology*, No. 6, Vol. 14, 2006.
- Lynn M., Zinkhan G. M., Harris J., „Consumer Tipping: A Cross-Country Study“, *The Journal of Consumer Research*, No. 3, Vol. 20, 1993.
- Lynn M., Withiam G., „Tipping and Its Alternatives: Business Considerations and Directions for Research“, *Journal of Services Marketing*, No. 4, Vol. 22, 2008.
- Lynn M., McCall M., „Gratitude and gratuity: a meta-analysis of research on the service-tipping relationship“, *The Journal of Socio-Economics*, No. 2, Vol. 29, 2000.
- Pala T., „Understanding Tipping Attitudes in Turkey: A User Generated Content Analysis“, *Beykoz Akademi Dergisi*, No. 2, Vol. 13, 2025.
- Shy O., *Do Tips Increase Workers' Income?*, February 2, 2014, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2361671>.
- Tips, Gratuities, Service Charges and Troncs, HM Revenue and Customs, E24(2014), <https://www.gov.uk/government/publications/e24-tips-gratuities-service-charges-and-troncs/guidance-on-tips-gratuities-service-charges-and-troncs>.
- Vujaklija M., *Leksikon stranih reči i izraza*, Prosveta, Beograd, 1980.
- Vujanić M., Gortan-Premk D., Dešić M. et al., *Rečnik srpskoga jezika*, Matica srpska, Novi Sad, 2011.

Datumi prijema i prihvatanja rada

Primljen: 10.04.2026.

Prihvaćen: 05.05.2026.

ORIGINALAN NAUČNI RAD